

ГЛАВА 3. УПРАВЛЕНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

3. 1. Мировая экономика и внешняя торговля

Что такое внешняя торговля

При ведении внешней торговли приходится сталкиваться с людьми, говорящими на другом языке, обладающими отличной религией, историей, системой ценностей, привыкшими к повседневной жизни в других условиях, для того, чтобы достичь делового успеха, очень важным элементом является способность воспринимать и понимать партнера таким, каков он есть.

Мы часто склонны к оценке иностранных партнеров со своих, не обязательно самых посвященных и социально - корректных личных позиций. Мы часто задаем в их адрес недоуменные риторические вопросы "почему" ("почему они не работают как следует?" "почему они не держат слова?», "почему они так живут?"), таким образом нередко предопределяя ответ.

На деле это означает, что критерии, в соответствии с которыми мы оцениваем людей либо искажены, либо слишком односторонни и не позволяют объективно оценивать реальность.

Чем больше у человека опыта долгосрочного пребывания в культурной среде, отличной от его собственной, в особенности за границей, чем больше у него иностранных друзей, тем больше объединяющего он находит при новых контактах с иностранцами, и тем в меньшей степени различия расового, языкового, религиозного, общебытового характера становятся для него преградой в общении, тем легче видеть в партнере такого же человека, как и он сам.

Мы называем таких людей гражданами планеты: либо в процессе образования, либо почувствовав ограниченность и бессмысленность судить об иностранцах только с позиций своего собственного, привычного мира, они выработали в себе многомерную систему критериев, позволяющих оценивать разнообразные, неоднозначные ситуации, непредвзято, не поддаваясь действию стереотипов.

Наше отношение должно быть основано прежде всего на осознании того факта, что мы слишком мало знаем о внешнем мире и людях, там живущих.

Следует помнить, что во многих случаях это не иностранцы, действия которых якобы противоречат здравому смыслу и не могут быть объяснены иначе как с помощью вешания ярлыков, а мир нашей собственной культуры, то, что мы привыкли воспринимать как естественное положение вещей, может быть достаточно далеким от норм, принятых в большинстве других стран мира.

Сущность бизнеса - получение вознаграждения, соответствующего степени удовлетворения клиента.

Таким основным характер взаимоотношений сохраняется и при международной торговле, и во внутренней торговле: создание для партнера-клиента как за границей, так и в своей стране, возможности получить прибыль, его удовлетворение уровнем предоставляемых вами услуг, имеют своим результатом вознаграждение, которое вы получаете.

Первым шагом в успешной реализации этих отношений должна быть попытка понять партнера таким, каков он есть, не поддаваясь предубеждениям.

Наличие сильного интереса к другим культурам и странам крайне желательно: интерес и любопытство станут источником энергии в ваших усилиях найти свое понимание предмета.

Попытка понять другую страну в то же время дает шанс более глубоко осознать собственное культурное и историческое наследие, свою родину.

Если вы понимаете, что сами являетесь продуктом определенного замкнутого общества, если Ваше сердце открыто и у Вас есть глубокий и искренний интерес к другим странам, - Вы уже сделали первый, самый важный шаг к успеху в международной торговле.

Отличие от внутристрановых сделок.

Внешняя торговля представляет собой совокупность сделок по обмену необходимыми товарами и услугами, осуществляемых с пересечением национальных границ.

Во внутренней торговле, когда В требуется произведенный А товар, путем переговоров между А и В заключается коммерческий контракт купли-продажи, определяющий качественные параметры товара, количество, срок поставки, условия отгрузки, цену и т.д., после чего производится доставка (получение) товара и оплата его стоимости (принятие оплаты).

Во внешней торговле общий характер сделки остается таким же, что и при внутренней торговле, но при этом приведенные далее аспекты международных торговых операций (т.е. сделок с иностранным партнером, требующих знания международных правил ведения внешней торговли, следования им, стремления найти взаимопонимание и общий язык с носителями другой культуры, а также глубоких знаний разнообразных товаров, характеристик рынков сбыта) определяют их специфичные, отличные от внутренних операций, черты:

1. Условия сделки должны соответствовать не только законам своей страны, но и законам и системе страны партнера.

2. В случае ведения торговых операций с партнерами из развивающихся стран и стран, где господствует тоталитарная (диктаторская) система, необходимо иметь четкое представление об экономической и политической ситуации.

3. Чтобы быть уверенным, что платеж или товар поступит в соответствии с условиями контракта, требуется проведение проверки кредитоспособности и надежности иностранного партнера.

4. Необходимо осуществить процедуры и подготовить документы, которых не требуется при ведении торговых операций внутри страны: получение экспортного (импортного) разрешения, экспортная упаковка, проверка веса третьей стороной, составление таможенных документов, таможенная очистка, фрахт, оформление отгрузочных документов, отгрузка, междуна-

родное морское коммерческое страхование, международные расчеты через имеющий лицензию на обращение с иностранной валютой банк, и т.д.

5.Внешнеторговая сделка становится возможной благодаря совместной работе множества различных организаций и специализированных компаний, например торговые компании, непосредственно принимающие участие в процессе торговли и осуществляющие на практике торговую сделку, выдающие разрешение на экспорт и импорт государственные органы, портовые брокерские и стивидорские компании, страховые компании, имеющие лицензию для ведения операций с иностранной валютой банки, морские (железнодорожные, авиационные, сухопутные) транспортные компании, таможня и т.д.

6.Необходимы знания о валютных операциях и способах минимизации риска колебаний валютных курсов.

7.Знания правил и традиций внешнеторговых операций, интерпретация терминологии должны соответствовать выпущенным Международной Торговой Палатой документам.

8.Требуется строго соблюдать правила и условия международных двусторонних и многосторонних соглашений, а также выполнять требования правил международных торговых организаций, ВТО.

9.Необходимо правильно понимать культуру и традиционную деловую практику страны партнера.

10.Для того, чтобы преуспеть во внешней торговле, необходимо быть в состоянии поддерживать эффективный и точный обмен информацией с иностранным партнером, для чего требуется знание иностранных языков. В особенности важным является владение английским языком.

В отличие от внутренней торговли, где партнеры говорят на одном и том же языке и находятся в одной и той же общей деловой среде, при общении с иностранным партнером нельзя навязывать в одностороннем порядке свои правила -сделка просто не состоится. Вы должны быть готовы принять

как международные правила, так и традиции ведения бизнеса в стране партнера.

Внешняя торговля - часть мировой экономики

Мировая экономика стремительно развивается в направлении интернационализации, наступает новая эпоха мировой мега-конкуренции.

В ЕС, хотя и есть различия в зависимости от страны, ситуация в целом благоприятная: производство, потребление, инвестиции в оборудование растут, цены стабильны, экономика стабильно развивается

Постоянный анализ всевозможной экономической информации, черпаемой ежедневно из газет, телевидения, Интернет, специальных изданий и т. д. обязательно необходим для профессионалов внешней торговли.

Глубокие и правильные знания макро- и микроэкономических тенденций в мире и стране партнера позволяет заранее предотвратить крупные потенциальные убытки, делает возможным опередить конкурентов и принять смелые стратегические шаги по развитию новых сфер бизнеса, позволяет раньше других почувствовать опасность и заранее принять предупредительные меры, чтобы сократить возможные потери.

Недавние экономические проблемы Восточной Азии являются примером того, как положение партнера и страны, считавшихся до самого последнего времени вполне надежными, из-за проявления скрытых проблем неожиданно резко ухудшаются, причем до такой степени, платежеспособность страны в целом вызывает серьезные сомнения.

Представляется, что в будущем количество таких ситуаций увеличится.

Необходимо всегда помнить, что внешняя торговля сопряжена с большим риском, поэтому каждый профессионал внешней торговли должен обладать способностью риск контролировать.

Информированность о внешнем и внутреннем экономическом положении и способность быстро и чутко реагировать на его изменения, принимая при этом четкие и правильные решения - способность, требуемая от про-

фессионалов внешней торговли; широкие общие знания о мировой экономике позволяют эту способность развить.

Часто складывается ситуация, когда, находясь в компании-производителе или торговой компании, под влиянием повседневной деловой рутины и производственной необходимости, а также обилия поступающей информации, работники склонны концентрироваться на товарах, сфере промышленности или регионе, находящихся в сфере их непосредственной ответственности, приобретая специализацию, но выпуская из вида другие отрасли промышленности, регионы и тенденции мировой экономики в целом - свидетельством тому является и личный опыт автора.

Таким образом полученные знания и накопленный опыт оказываются заключены в слишком узкие рамки.

В особенности те, кто долгое время был связан с определенной страной или регионом, подвержены тенденции, когда отойти от привычной среды и объективно взглянуть на вещи со стороны становится невозможно.

По этому для тех, кто находится в подобной ситуации постоянной занятости, со следующего раздела приводится общий макро-обзор мировой экономики и внешней торговли.

3.2. Организация внешнеэкономической деятельности на предприятии

В современных условиях демополизации внешнеэкономической деятельности предприятие- основное звено внешнеэкономического комплекса страны. В соответствии с действующим законодательством предприятие - это самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный в определенном порядке для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли. Согласно действующему законодательству предприятие имеет право самостоятельно определять формы, методы и объемы работы на внешнем рынке.

Для эффективного управления внешнеэкономической деятельностью на уровне предприятия нужна адекватная условиям его работы структура управления. Организационная структура управления внешнеэкономической

деятельностью предприятия определяется прежде всего теми целями и задачами, которые она призвана решать.

Наибольший опыт управления внешнеэкономической деятельностью накоплен в специализированных внешнеторговых организациях Министерства экономики (далее ВТО)

Ведущей структурной единицей ВТО является фирма, работа которой специализируется на торговле определенными товарами со странами либо группой стран. Возглавляют фирму директор и в зависимости от объема работы - несколько его заместителей.

Функциональные отделы и службы, содействующие работе специализированных фирм и ВТО, можно разделить на три группы:

1. Группа отделов и служб, осуществляющих планирование:

планово-экономический отдел - планирование внешнеторговой деятельности и контроль выполнения плана, анализ хозяйственной деятельности ВТО;

валютно-финансовый отдел - валютное планирование и контроль за банковскими валютными, кредитными и расчетными операциями, соблюдение интересов ВТО при внешнеторговых сделках;

транспортный отдел - планирование и обеспечение перевозок экспортных и импортных грузов;

бухгалтерия ВТО - учет и отчетность, расчеты с банками, поставщиками и сторонними организациями, расчет и выплата заработной платы, анализ (совместно с плановым отделом) результатов финансовой деятельности по объединению и рекомендации по ее улучшению.

2. Группа отделов, занимающихся непосредственно маркетингом:

отдел конъюнктуры и цен - исследование спроса, предложения, динамики цен, структуры рынков, систематизация конъюнктурных материалов, координация работы фирм с общими иностранными агентами, методическое руководство и контроль правильности расчетов и применения цен фирмами

при подготовке и заключении контрактов, другая работа по исследованию конъюнктуры рынков;

отдел рекламы и выставок обеспечивает рекламную деятельности ВТО, организует участие специализированных фирм в международных выставках и ярмарках;

инженерно-технический отдел - изучение действующих на мировом рынке технических требований к товарам и информирование о них непосредственных производителей товаров, анализ технического уровня и качества продукции, ее конкурентоспособности, соответствующие заключения и рекомендации специализированным фирмам по этим вопросам;

отдел совместных предприятий - координация, планирование и контроль деятельности совместных предприятий, созданных с участием иностранного капитала на территории Украины, и смешанных обществ, созданных с участием объединения за рубежом, создание новых смешанных обществ за рубежом и их ликвидация;

отдел технического обслуживания и запчастей - организация гарантийного и послегарантийного технического обслуживания экспортируемых объединением товаров в зарубежных странах, обеспечивает технические центры и зарубежных агентов объединения необходимыми запасными частями, ремонтным оборудованием и транспортом.

3. Группа отделов, обеспечивающих принятие и исполнение управленческих решений:

отдел развития - совершенствование организационной структуры объединения;

отдел АСУ (ВЦ) - автоматизация расчетов, внедрение экономико-математических методов и ЭВМ в практику работы объединения и фирм, создание совместно с другими отделами и фирмами баз данных и ведение их;

отдел кадров - вопросы подбора и расстановки кадров, ведение личных дел работников;

отдел загранкомандировок - оформление командировок за границу;

канцелярия - регистрация и контроль организационно-распорядительной документации и переписки;

административно-хозяйственный отдел - снабжение необходимыми для работы объединения материалами и оборудованием, ответственность за эксплуатацию здания, другая хозяйственная работа;

юридический отдел - помощь в составлении условий контрактов и соглашений, консультация фирм по вопросам претензий и рекламаций, разногласий, защита интересов ВТО в судах и арбитражах, правовое обеспечение деятельности ВТО;

протокольный отдел - выполняет поручения руководства ВТО и фирм по встречам, приему и проходам представителей иностранных фирм, прибывших с деловыми целями.

Иногда юридический и протокольный отделы, а также бухгалтерия и отдел кадров подчиняется непосредственно директору ВТО, выполняя в целом те же функции.

Создание такой разветвленной структуры управления ВЭД характерно для предприятий (организаций) независимо от их организационно-правовой формы, когда их деятельность целиком и полностью сосредоточена на внешних рынках. Однако количество таких предприятий, естественно, меньше, чем количество предприятий, занимающихся производством. На промышленных предприятиях, активно участвующих во внешнеэкономической деятельности, внешнеторговый аппарат существует в основном в двух формах: как часть внутрипроизводственной структуры в виде внешнеэкономического отдела и как относительно самостоятельное подразделение в виде внешне-торговой фирмы.

На разных предприятиях в зависимости от специфики и масштабов деятельности в организации внешнеэкономических связей принимают участие различные отделы и службы, но, как правило, основные функции в этой сфере аккумулирует отдел внешнеэкономических связей (далее ОВЭС):

1. Научно-техническое сотрудничество и внешние связи.

Это предполагает проведение необходимых мероприятий по научно-техническому сотрудничеству с другими фирмами и изучении и внедрении передового опыта, разработку планов сотрудничества, организацию переговоров, сбор и накопление информации по международному опыту, подбор специалистов для командирования за рубеж, планирование и контроль за экспортным производством, а также статистическую отчетность.

2. Протокол: организация протокольных мероприятий, связанных с приемом делегаций;

проведение консультаций с иностранными специалистами и т.д.;

оформление документов для всех прибывающих на предприятие специалистов по вопросам расширения рынка сбыта продукции и обмену опытом;

обеспечение переводчиками иностранных специалистов, делегаций, а также переговоров;

перевод каталогов, проспектов, другой технической документации.

3. Аналитические исследования, составление прогноза сбыта и выработка политики ценообразования:

анализ характеристик выпускаемой продукции с точки зрения требований рынка;

изучение и анализ рынка сбыта продукции;

разработка, составление прогноза сбыта;

определение возможного ассортимента товаров для продажи на рынке и разработка проекта планируемого оборота предприятия и новых форм обслуживания;

создание банка данных для маркетингового ситуационного анализа;

изучение факторов, влияющих на скорость внедрения товара на рынке, и выбор наиболее оптимального подхода к ценообразованию при реализации продукции предприятия;

анализ состояния цен на рынке.

4. Изучение рекламной деятельности:

разработка мероприятий по стимулированию спроса продукции предприятия;

проведение анализа мероприятий по рекламе продукции.

5. Разработка планов и работа по заключению договоров на реализацию продукции:

заключение и продление договоров, оформление контрактов;

работа с биржами, брокерами, дилерами и агентами по сбыту;

поиск потребителей на основе выданных прогнозов сбыта;

ведение картотеки по учету потребителей;

переговоры с потенциальными потребителями;

ведение сбыта по регионам;

работа с сервис-центрами, обеспечение их запасными частями.

Среди способов представления своей продукции и поиска клиентов можно выделить:

1. Участие в выставках и ярмарках. При выборе нужной выставки необходимо руководствоваться критериями отбора, такими, как популярность выставки, место и время ее проведения, реклама, цена и др.

Участие в выставках - дело не дешевое, и поэтому необходимо продумать все факторы при выборе выставки. На выставках, как правило, устанавливается много контактов, происходит обмен визитными карточками, оговариваются условия, в этом - преимущество выставок, т.к. имеет место непосредственный контакт, из которого можно выяснить сразу, эффективно ли сотрудничество в перспективе.

2. Рассылка писем по адресам каталогов. В специальных источниках можно отыскать множество предприятий, которые могут быть заинтересованы и нуждаются в продукции, учитывая их производство и место нахождения. Письма печатаются на фирменных бланках предприятия. Необходимо уделить внимание стилистике письма: предпочтительно обращаться лично, письма не должны быть безликими и однотипными. В этом большой шанс привлечь к письму внимание получателя. Нужно заметить, что эта работа не

всегда эффективна, занимает немало времени и не дает гарантий на получение ответа.

3. Телефонные звонки и переговоры с возможными покупателями. Это более дорогое, но более быстрое мероприятие, чем рассылка писем по аналогичным адресам. Сюда можно отнести также телексы и факсы.

4. Объявления в газетах. Это дорогая реклама, нет гарантий в том, что эти затраты окупятся, но есть возможность привлечь к себе внимание значительного числа потенциальных покупателей.

Анализируя в процессе проведения сбытовой работы ее эффективность, становится очевидным преимущество поиска постоянных заказчиков. Учитывая тонкости заказа и специализацию, производится более эффективная и необходимая для клиента продукция.

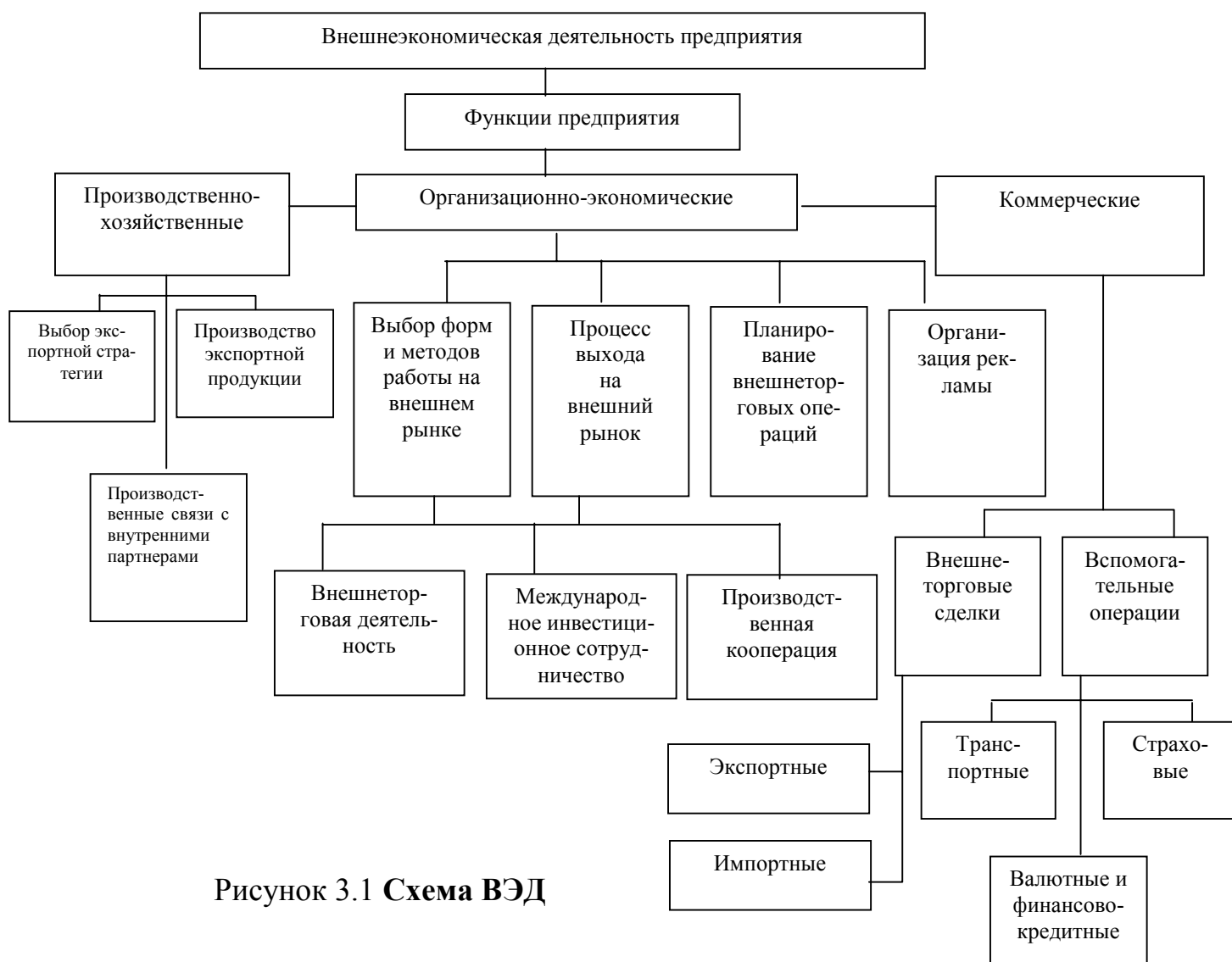


Рисунок 3.1 Схема ВЭД

Структура управления внешнеэкономических связей и маркетинга

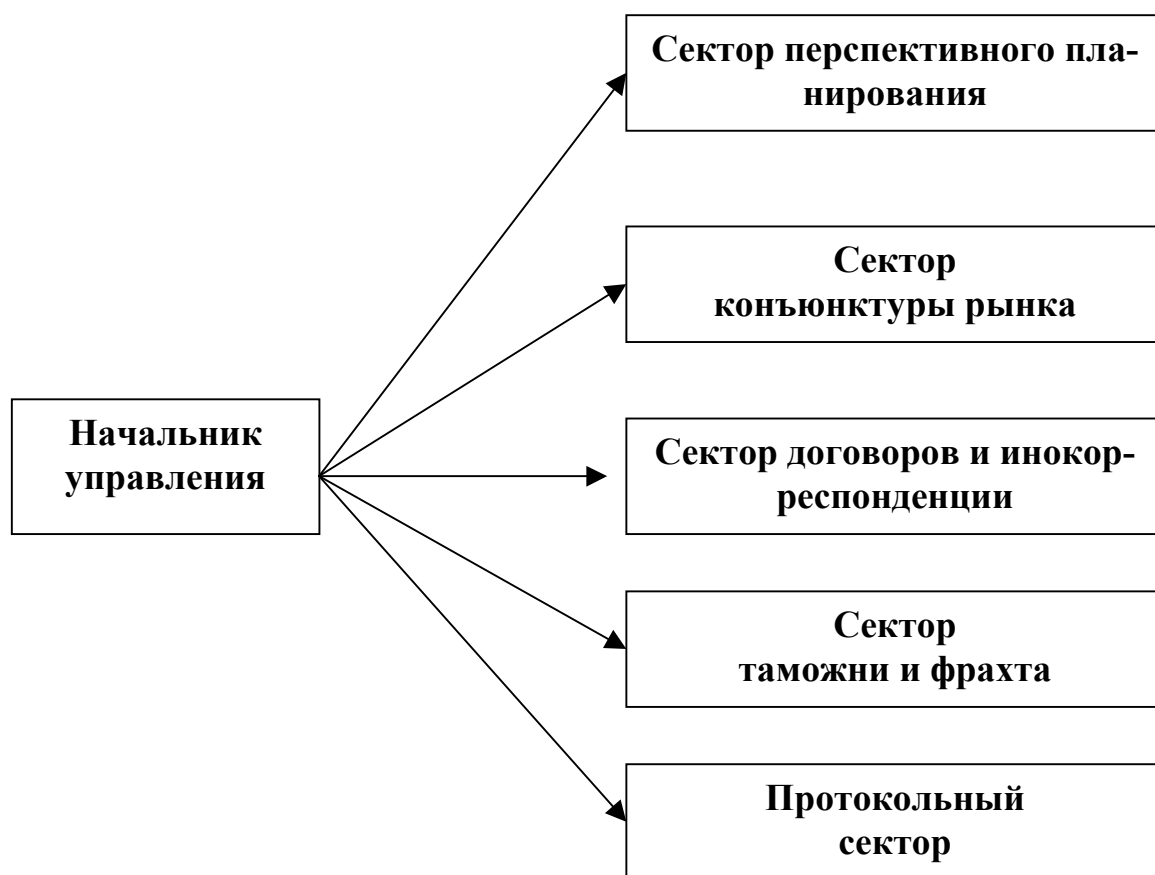


Рисунок 3.2 Структура Управления внешнеэкономических связей и маркетинга

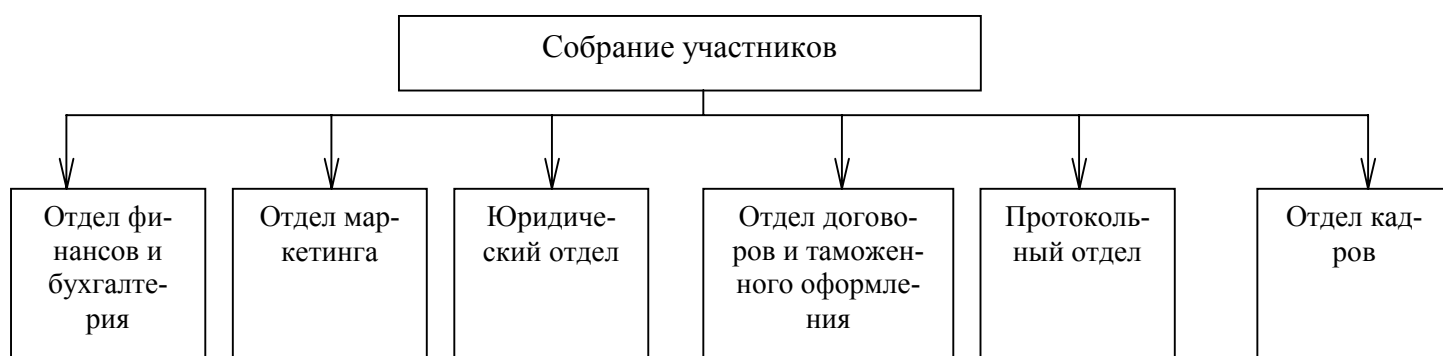


Рисунок 3.3 Организационная структура внешнеторговой фирмы

**Таблица 3.1 Методологический подход к исследованию
внешнеэкономической деятельности**

Система критериев методологического подхода к исследованию современной внешнеэкономической деятельности	Два направления в теории внешнеэкономической деятельности	
	Стратегическое внешнеэкономическое направление	Традиционное внешнеторговое направление
1	2	3
1. Достижимые цели, используемые средства	Целенаправленное решение крупных народнохозяйственных проблем (задач) на базе включения в систему мирохозяйственных связей и использования возможностей мирового рынка	Решение текущих экономических задач на базе возможностей мирового рынка
2. Изменение характера производственных обязанностей национального экономического комплекса в современной системе международного разделения труда	Формирование качественно нового состояния (структуры) включения в международное разделение труда на базе индустриально-технологических кумулятивно направленных прорывов и преобразования валютнообразующего ядра	Мобилизация имеющихся рыночных фондов (контингентов) для обеспечения текущей сбалансированности народного хозяйства
3. Звено воспроизводственного процесса, задействованное в сотрудничестве	Смещение центра тяжести сотрудничества на инвестиционно-производственное звено воспроизводственного процесса	Подключение к системе мирохозяйственных связей на уровне сферы обращения
4. Стоимостные ориентиры сотрудничества	Формирование очагов и зон интернациональных издержек (процесс “втягивания” интернационализированного воспроизводственного ядра)	Спонтанное соприкосновение с интернациональными издержками на отдельных рынках

Продолжение табл.3.1

1	2	3
5. Сфера внешнеэкономической деятельности участников	Новейшие технологии и сферы предпринимательской деятельности (новые материалы и источники энергии, биоинжиниринг, информатика, космос, Мировой океан)	Формирование товарных контингентов исходя из материальных и производственных ресурсов
6. На каком стыке (границе) общественного разделения труда реализуется сотрудничество	Межфирменный стык общественного разделения труда. Внутрифирменный обмен на базе единичного разделения труда	На международном, межнациональном стыке на основе взаимодополняемости экономик (преимущественно общее и частное разделение труда). Зона малого бизнеса
7. На каком этаже товарного обращения идет сотрудничество	Верхний, стратегический, этаж товарного обращения	Нижний, конъюнктурный, этаж товарного обращения
8. Объекты международного товарного обращения	Товар-программа, товар-объект (объекты крупномасштабных сделок и долговременного сотрудничества)	Товар-группа, единичные товары (объекты среднего и малого бизнеса)
9. Субъекты международного общения	Организационно-экономические структуры с участием государственных институтов, территориально-производственные комплексы, производственно-коммерческие агломерации, консорциумы, концерны	Средние и мелкие фирмы, малые предприятия (субъекты малого бизнеса)
10. Подходы к программированию мирохозяйственной ситуации и мирового рынка	А. Возможность целенаправленного формирования стратегической экономической ситуации и ее использование для реализации крупных народнохозяйственных задач Б. Учет военно-политических стратегических паритетов В. Внешнеэкономическое прогнозирование: социально-экономический аспект	Формирование экономических трендов исходя из многофакторного развития внешней сферы для определения времени выхода на рынок и тактики поведения

Продолжение табл.3.1.

1	2	3
11. Информационные службы, изучающие состояние мирохозяйственной сферы и мирового рынка. Центры по формированию вариантов внешнеэкономических моделей	Центры стратегических исследований. Подразделения по экономическому анализу, развитию и координации (в том числе и на совместной основе), исследованию моделей внешнеэкономических связей и их комбинаций, базирующиеся на соответствующем банке данных	Подразделения (отделы) конъюнктуры и цен. Формирование информационного банка данных
12. Время выхода в мирохозяйственную сферу и на мировой рынок	А. Реализация сделок при любой общехозяйственной и рыночной конъюнктуре. Б. Выход в мирохозяйственную сферу по мере формирования соответствующей стратегической экономической ситуации	Выход на рынок при относительно (сравнительно) благоприятной рыночной конъюнктуре
13. Поведение партнеров	Формирование стратегического кодекса (правил) внешнеэкономической деятельности	Использование общепринятых в мировой практике методов и приемов конкурентной борьбы
14. Форма сделок	Договор о крупномасштабном долговременном сотрудничестве, сотрудничестве (сопряжении) территориально-производственных структур, совместном предпринимательстве, прямых связях, международной аренде и т. д.	Традиционная форма сделок (контрактов)
15. Отправная (базовая) посылка при исследовании на основе системного подхода (методологическая форма модели)	Мирохозяйственная сфера как система единичных производственно-экономических структур (организационно-экономическая интерпретация)	Мировой рынок как система единичных товарных рынков (ценовая интерпретация)

Продолжение табл.3.1.

1	2	3
16. Формирование цен в процессе международного обмена и методика их исчисления	А. Влияние неценовых факторов, воздействие рынка среды, учет долговременного эффекта Б. Компоновка новых ценовых показателей и исследование их динамики (приведенный ценовой инфраструктурный модуль, комплексный удельный ценовой показатель и пр.)	А. Цены складываются под влиянием текущей, рыночной и общехозяйственной инфраструктуры Б. Исчисление цен на базе новой ценовой модели мирового рынка (ценовой импульс, ценовая решетка и т.д.) В. Ценовой ассортиментный “шлейф”
17. Критерий эффективности	Долговременный стратегический эффект. Формирование структурных сдвигов (преобразование экономической инфраструктуры)	Обеспечение текущей, минимальной сбалансированности, преодоление диспропорций, приведение в удовлетворительное состояние потребительского рынка с целью снижения дефицита до приемлемого уровня. Бюджетная эффективность
18. Арсенал экономических приемов, последствия и степень экономической безопасности	Экономический “бумеранг”. Огромный разброс в последствиях. Резкое изменение инфраструктуры (ускоренное целевое формирование экономической структуры). Взрывной эффект международного перераспределения национального дохода. Два направления в формировании эффекта в мертвой экономической зоне	Монотонное изменение инфраструктуры. Изменение экономических пропорций

Продолжение табл.3.1.

1	2	3
19. Основа для формирования системы контроля за выходом во внешнюю экономическую сферу	Программирование на базе использования возможностей внешней сферы, формирование пропорций, приоритетов, долгосрочных стратегических экономических ориентиров на общегосударственном, территориально-производственном, региональном и других уровнях	Планирование экспортно-импортных контингентов с целью создания условий для устойчивого динамического равновесия предприятий - основного звена внешнеэкономических связей либо целенаправленный перевод их в новое равновесное состояние (путем системы внешнеторгового регулирования)
20. Направленность в подготовке специалистов	Подготовка специалистов в области международной экономической стратегии (сеть учебных центров, кафедр, факультетов, в том числе и на совместной основе)	Подготовка специалистов в области внешней торговли (учебные подразделения, кафедры конъюнктуры товарных рынков)
21. Формирование информационной (статистической) базы для учета экспортно-импортных операций	Зачет экспортно-импортных операций по производственному признаку с момента получения соответствующего эффекта (увязанный зачет экспортно-импортных сделок, выведение объектов на проектную мощность, полная экспортная окупаемость импортного оборудования, объекта и т.д.)	Зачет экспортно-импортных операций по формальным (не производственным) признакам, в основном по территориально-транспортным (переход товаром границы, сдача на хранение и т.д.)

Таблица 3.2 Жизненный цикл товара. Основные характеристики и типичные ответные реакции производителей

	<i>Фаза внедрения на рынок</i>	<i>Фаза роста</i>	<i>Фаза зрелости</i>	<i>Фаза насыщения</i>	<i>Фаза упадка (спада)</i>
Характеристика					
Сбыт	Слабый	Быстро растущий	Медленно растущий	Стабилизирующийся	Падающий
Прибыль	Незначительная	Максимально растущая	Замедленно растущая	Медленно растущая	Низкая или нулевая
Потребители	Новаторы	Массовый рынок	Массовый рынок	Консерваторы	Отстающие
Число конкурентов	Небольшое	Устойчиво растущее	Большое	Медленно уменьшающееся	Сокращающееся
Основные стратегические усилия	Расширение рынка	Укрепление рыночных позиций	Отстаивание своей доли рынка	Повышение рентабельности производства	Изъятие наиболее убыточных товаров
Затраты на маркетинг	Большие	Большие, но относительно ниже	Относительно сокращающиеся	Растущие	Низкие
Ответная реакция производителей					
Основные усилия маркетинга	Формирование представления о товаре	Формирование предпочтения к марке	Создание приверженности к марке	Закрепление приверженности к марке фирмы	Выборочные воздействия
Распределение товара	Неравномерное	Интенсивное	Интенсивное	Экстенсивное	Выборочное
Цена	Самая высокая	Высокая, но понижающаяся	Сравнительно низкая	Самая низкая	Выборочно возрастающая
Товар	Основной вариант	Усовершенствованный	Дифференцированный	Дифференцированно-модернизированный	Относительно высокой рентабельности

3.3. Исследование рынка во внешнеэкономической деятельности предприятия

При выходе на внешний рынок предприятие попадает в условия жесткой международной конкуренции. В этих условиях можно успешно работать, лишь применяя современные методы управления, в том числе и маркетинг.

Под маркетингом понимается такая система внутрифирменного управления, которая направлена на изучение и учет рыночного спроса, потребностей и требований конкретных потребителей к продукту для более обоснованной ориентации научно-технической и производственно-сбытовой деятельности фирмы на выпуск конкурентоспособных видов продукции с тем, чтобы обеспечить получение планируемого размера прибыли. Концепция маркетинга состоит в том, что вся деятельность предприятия, включая программы научно-технических исследований, производства, капиталовложений, использования рабочей силы, сбыта, технического обслуживания и т.д., основывается на современном состоянии потребительского спроса и прогнозировании его изменений в перспективе. Принципиальных, коренных различий между маркетингом для внутреннего и внешнего рынков нет. И в том, и в другом случае используются разнообразные методы, средства, приемы и принципы маркетинговой деятельности. Однако учитывать особенности зарубежных рынков при управлении предприятием необходимо.

Внешние рынки предъявляют более высокие требования к предлагаемым на них товарам, их упаковке, сервису, рекламе и т.д. Это объясняется острой конкуренцией между фирмами - производителями товара и преобладанием "рынка покупателя", когда имеет место заметное превышение предложения над спросом.

Изучение внешних рынков, их возможностей более трудоемко и сложно, поскольку требует изучения большого количества информации из различных источников.

Эффективная работа на внешнем рынке невозможна без творческого и гибкого использования комплекса маркетинговых методов: правильного выбора сбытовой организации, контроля за работой торговых посредников, вы-

бора и применения различных методов стимулирования сбыта, деловой активности, рекламы и др.

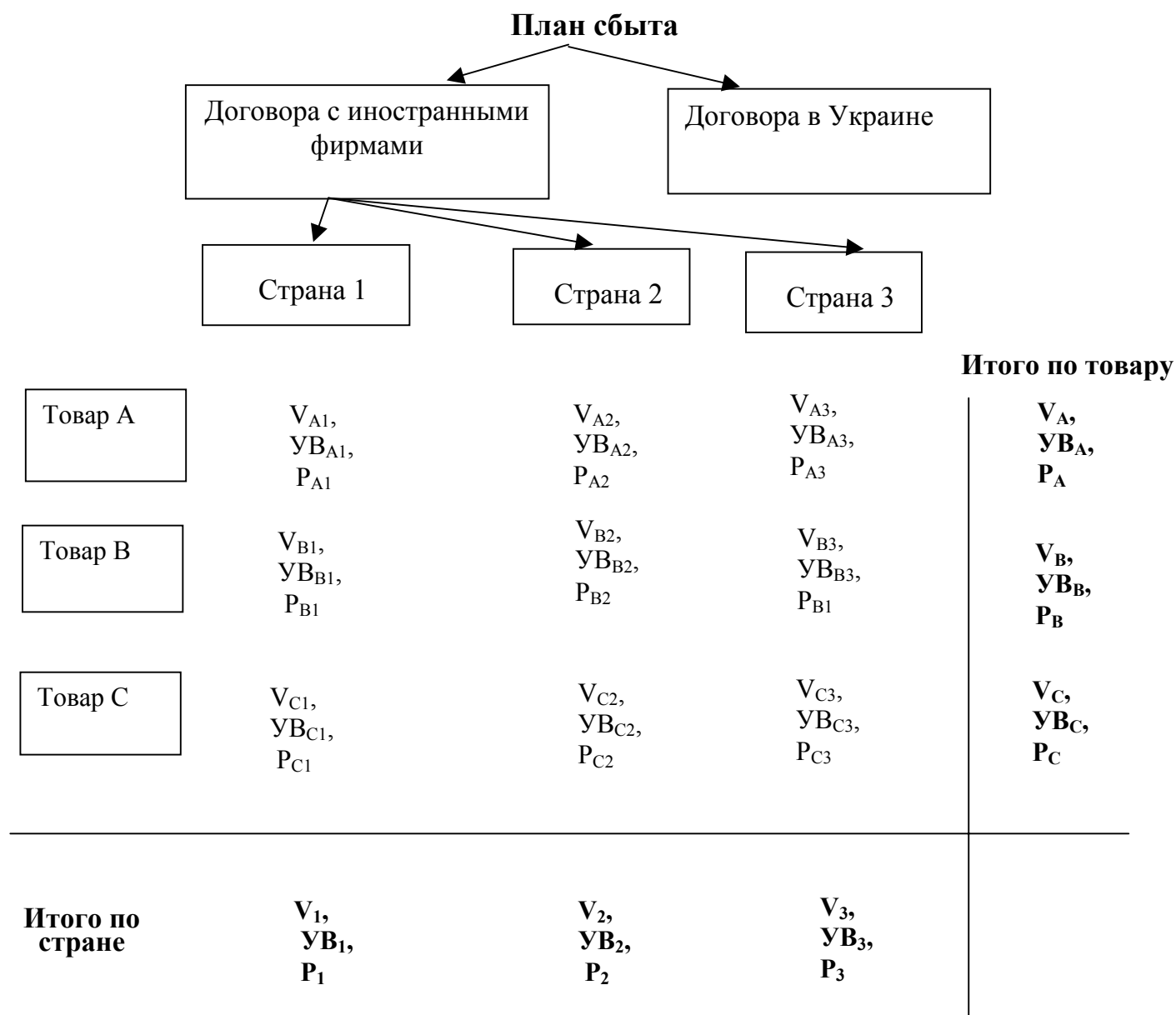
Для эффективной работы необходимо учитывать требования внешней среды маркетинга: особенности действующего законодательства, международные правила торговли, социально-культурную среду, обычаи, правила валютно-финансовых расчетов, политику и др.

Существуют и многие другие отличия международного маркетинга. Характер, формы и методы маркетинговой деятельности будут зависеть от вида товара.

Исследование рынка является основой маркетинга и предполагает анализ всех условий, имеющих значение для успешной реализации товара (см. рис.3.3.1). Программа комплексного исследования зависит от особенностей товара, характера деятельности предприятия, масштабов производства экспортных товаров и других факторов.



Рисунок.3.4 Комплексный подход к исследованию внешнего рынка



Где, V - объем продукции
 УВ - удельный вес продукции
 P - рентабельность продукции

Рисунок 3.5. Анализ структуры товарной продукции

Можно выделить следующие основные разделы маркетингового исследования для внешнеэкономической деятельности.

1. *Изучение спроса.* Первостепенное значение имеют выявление потребностей в товаре, уровня покупательской способности, требования поку-

пателей к товару, факторы покупательского поведения, а также перспективы изменения потребностей в товаре, выраженных не только темпами роста, но и жизненным циклом товара.

При выявлении потребности в товаре важное значение имеет показатель емкости рынка. Емкость насыщенного рынка оценивается на основе данных промышленной и внешнеторговой статистики. Статистические данные продаж конкретного товара следует изучать в динамике и в сопоставлении с динамикой факторов, их определяющих. Если рынок не насыщен, то при определении емкости рынка важное значение имеет определение потенциального круга потребителей.

При анализе спроса следует исходить из того, что покупатель сам определяет соответствие предлагаемого ему товара своим реальным потребностям. Поэтому необходимо тщательно изучать требования потребителя к товарам, имеющимся на рынке. Среди общих таких требований можно выделить: высокое качество изготовления и безотказность в эксплуатации, новизна и высокий технический уровень изделий, уровень послепродажного обслуживания, количество и характер предоставляемых дополнительных услуг, благоприятное соотношение между ценой приобретения и ценой эксплуатации и др. Кроме того важно знать и специфические требования покупателей в отношении ассортимента, внешнего вида, упаковки, маркировки, использования товарного знака. На требования покупателей к конкретному товару могут оказать существенное влияние географические и климатические условия, действующие технические стандарты, привычки и вкусы потребителей.

Анализ перспектив развития рынка конкретного товара или соответствующей отрасли экономики включает оценку краткосрочных перспектив и долгосрочных тенденции, которые служат впоследствии основой для разработки программ маркетинга.

2. Изучение предложения. В анализе предложения товара важное значение имеет количественная оценка товаров на местном рынке, импорта и экспорта товара, изменения его запасов. Предложение товара количественно

оценивается как сумма местного производства и импорта товара за вычетом его экспорта и с учетом изменения его запасов на складах.

Структура предложения, т. е., степень обновления ассортимента, появление новых товаров, обычно подвержена постоянным изменениям. Поэтому при анализе предложения конкретного товара важное значение имеет изучение состояния и тенденций развития соответствующего мирового товарного рынка. Это обусловлено тем, что в современных условиях происходят чрезвычайно быстрое обновление и расширение номенклатуры и ассортимента товаров, поступающих на мировые рынки как за счет принципиально новых, ранее не выпускавшихся товаров, так и за счет ускоренного обновления и совершенствования выпускаемых моделей на основе последних достижений науки и техники. Поэтому научно-технические прогнозы развития и совершенствования производства отдельного товара или отрасли в целом – один из важнейших аспектов исследования предложения товара.

Основными показателями, влияющими на изменение предложения товара, являются: объем капиталовложений в строительство, реконструкцию и модернизацию производства, объем выпуска продукции, величина отгрузок товара потребителям, запасы товаров на складах у производителей и посредников и возможность их доставки на рынок, размеры и структура затрат на научно-исследовательские работы, темпы обновления продукции и др.

Кроме того, на объем предложения оказывают влияние общеэкономические условия работы и торговли, что также необходимо учитывать при прогнозировании предложения на конкретных рынках.

Изучение и оценка деятельности на рынке фирм-конкурентов имеет важное значение для определения предложения товара на конкретном рынке и выработки маркетинговой стратегии предприятия.

При изучении фирм-конкурентов обобщается и анализируется следующая информация:

объем и доля продаж фирмы-конкурента на изучаемом рынке, что позволяет оценить прочность позиции конкурентов на рынке;

характеристика выпускаемой фирмой продукции, ассортиментная политика, цена, факторы конкурентоспособности, практика использования товарных знаков, упаковки и других составляющих товара в реальном исполнении;

виды и характер предлагаемых фирмами-конкурентами услуг, которые сопровождают покупку товара (например, доставка, монтаж, коммерческий кредит, формы технического обслуживания и др.);

практика товародвижения и сбытовая политика: виды транспортом, склады и их размещение, условия хранения и доставки на рынок, использование каналов товародвижения, виды торговых посредников и выполняемые ими функции, затраты на содержание сбытового аппарата;

применяемые формы и методы рекламной деятельности и стимулирования продаж, расходы на эти цели, организация рекламной деятельности;

инновационная деятельность, производственная и техническая политика, уровень издержек производства и пути их снижения;

финансовое положение каждой конкурирующей фирмы и ее способность защищать и удерживать свои позиции на рынке, платежеспособность и способность к расширению мощностей и организации нового производства;

другие показатели, характеризующие конкурентоспособность фирм.

Образование независимых посредников в случае, когда предприятие заинтересовано в обеспечении потребителей сопутствующими услугами, которые оно не в состоянии оказывать самостоятельно, тогда как сбытовые фирмы занимаются оказанием таких услуг. Работа через торговых посредников требует от предприятия тщательной проработки вопросов передачи полномочий по экспорту товара, а также способов вознаграждения и ответственности за реализацию товара и других вопросов. Все это оговаривается в контрактах на оказание торгово-посреднических услуг.

Всех торговых посредников, на долю которых приходится от половины до двух третей международного товарооборота, можно условно разделить

на две группы: с переходом права собственности на продаваемый товар и без перехода права собственности.

Часто крупные компании, имеющие цель проникновения на зарубежные рынки, используют сбытовые сети, основанные на договорах с независимыми посредниками, лишь на первых этапах освоения рынка. На следующих этапах они зачастую стремятся превратить независимую систему сбыта в систему сбыта через зависимых, управляемых посредников, формируя ***вертикальные маркетинговые системы***. Это имеет особое значение для рынков, которые играют первостепенную роль для предприятия-экспортера.

В отличие от первых двух способов проникновения на зарубежные рынки, предполагающих, что товар создается на предприятиях фирмы-экспортера и в готовом виде поставляется на рынок, третий способ - это создание товара в стране, на рынок которой стремится предприятие. Такой способ целесообразен, если данный рынок для фирмы чрезвычайно перспективен и, кроме того, производство товара на месте может дать ощутимые экономические выгоды, в том числе экономию на транспортных издержках, таможенных пошлинах, обход нетарифных ограничений, а также, в некоторых случаях, экономию производственных затрат. Производя товар в стране потребления, предприятие в значительной степени повышает эффект от внешнеэкономической деятельности. Такой способ работы на внешних рынках позволяет в наибольшей мере получить выгоды от международного разделения.

3.Изучение условий работы на конкретном рынке - без этого невозможно принимать эффективные управленческие решения. Наряду с изучением деятельности фирм-продавцов и фирм-покупателей особенно важен анализ коммерческой практики, сложившейся на рынке, условий товародвижения и каналов распределения товара, правовых вопросов, торгово-политических условий.

Изучение коммерческой практики предполагает выяснение специфических вопросов договорной практики, сложившейся на данном рынке, типовых контрактов, разработанных объединениями предпринимателей (ассоциа-

циями, союзами и др.), биржевых контрактов, разработанных биржевыми комитетами крупнейших бирж, практики и условий проведения торгов, аукционов в случае такой формы торговли товаром. Важное значение имеют торговые обычаи и обыкновения, сложившиеся в практике международной торговли отдельными товарами или в торговой практике региона, странах или ее портов; применяемые условия поставки товаров; методы и способы установления цены; способы платежа и методы расчета валюты платежа.

Изучение условий движения товара предполагает выбор вида транспорта, который зависит прежде всего от вида товара и основан на анализе и сравнении тарифов и ставок морского, речного, воздушного, железнодорожного, автомобильного транспорта, стоимости перевалочных работ и хранения грузов, ставок портовых сборов, степени механизации погрузочно-разгрузочных работ в отдельных пунктах, порты. Важное значение имеют правила и особые условия перевозки, правила сдачи и приемки груза и другие вопросы. Данная информация дает возможность правильно установить цену с доставкой товара в нужный для покупателя пункт. Кроме того она позволяет принять правильное решение о направлении и видах транспорта, которые нужно использовать при поставке товара, и выяснить требования к объему, весу и упаковке товара.

В современных условиях выделяют три основных способа проникновения на зарубежные рынки:

1. Создание собственной сбытовой сети. При выборе этого способа проникновения на зарубежные рынки необходимо хорошо знать рынок, возможно, иметь там постоянных представителей, которые являются сотрудниками данной фирмы-экспортера, хорошо знают ее продукцию, защищают интересы своего предприятия. Такой способ работы на зарубежных рынках оправдывает себя, если объемы реализации продукции достаточно велики, что позволяет окупать те затраты, которые необходимы на создание собственной сети сбыта. Преимущество такого способа работы в том, что предприятие-

экспортер имеет достаточно детальную информацию о рынке и может оперативно контролировать и управлять реализацией товара на этом рынке.

2. Использование независимых торговых, сбытовых посредников. Целесообразность этого способа несомненна при внедрении на новые рынки, когда собственная система сбыта еще не создана, а, может быть, создание ее и неэффективно. Однако необходимо хорошо знать законы страны, непременное условие - социально-экономическая стабильность.

При организации производства за рубежом необходимо учитывать множество факторов, основные из которых можно сгруппировать следующим образом:

Глобальные факторы :

международные политические конфликты;
политические конфликты в стране;
перестройка международных политических союзов.

Локальные факторы:

изменение условий рынка;
нестабильность экономики;
трения с политическими группировками;
трения с местными деловыми кругами.

Инвестиционные факторы : возможность национализации (с компенсацией или без);

возможный ущерб имуществу из-за высокого уровня преступности (вымогательство, рэкет, налет банд и т.д.);

потеря прав на возвращение доходов и имущества в страну материнской фирмы;

ускоренный износ оборудования из-за климатических условий и небрежного отношения местного персонала;

Факторы управленческого характера:

сложности управления местным персоналом;
конфликты с профсоюзами.

Деление способов выхода и работы на внешних рынках, формирование сбытовой сети, приведенное выше, в значительной степени условное.

Изучение правовых вопросов - один из важнейших вопросов изучения условий рынка. Для успешной и эффективной работы необходимо знать законы по вопросам страхования и перевозок различными видами транспорта; законы, регулирующие правовое положение и деятельность фирм, в том числе иностранных; законы об охране промышленной собственности, патентовании изобретений, регистрации товарных знаков, а также существующую практику по этим делам; общепринятые в стране импорта способы разрешения судебных споров по международным коммерческим сделкам. К этой области изучения рынка следует отнести также установление адвокатских фирм, которым можно поручить ведение дел.

Исследование потенциальных возможностей предприятия при работе на внешнем рынке имеет целью оценить его конкурентоспособность при работе на конкретном рынке.

Анализ текущих результатов хозяйственной деятельности своего предприятия предполагает выяснение его экономического потенциала, общих результатов хозяйственной деятельности, финансового положения, эффективности производственной и внешнеэкономической деятельности за соответствующий период. Анализируя такие показатели, как активы, основной капитал, качество и стоимость произведенной продукции, количество и размещение производственных и сбытовых подразделений предприятия как в своей стране, так и за границей, и другие показатели, характеризующие экономический потенциал предприятия. В анализе хозяйственной деятельности важными являются разделы, характеризующие изменение показателей общих расходов с разбивкой по статьям, показателей поступления средств (прибыль, амортизация, субсидии и дотации, эмиссия акций, увеличение долгосрочной и краткосрочной задолженности), показателей использования средств (выплата дивидендов, капиталовложения, погашения задолженностей).

Очень важное значение имеет анализ показателей эффективности деятельности предприятия: прибыли, фондоотдачи, оборачиваемости оборотных средств, производительности труда. Проводится анализ показателей финансового положения предприятия. Анализ хозяйственной деятельности необходим для выявления текущих изменений и отклонений от плановых показателей, а также изменений за текущий (отчетный) период. Глубокий и тщательный анализ производственно-хозяйственной деятельности, в том числе деятельности на внешних рынках, - необходимая база принятия управленческих решений.

Оценка конкурентоспособности товара, планируемого к экспорту, включает следующие этапы:

анализ рынка и выбор наиболее соответствующего образца товара в качестве базы сравнения;

определение набора сравниваемых параметров;

расчет интегрального показателя конкурентоспособности товара.

В качестве образца товара берется, как правило, товар, имеющийся на рынке и пользующийся спросом у покупателя.

1. При определении набора сравнительных параметров исходят из того, что часть параметров характеризует потребительские свойства товара, а другая часть - его экономические свойства. К потребительским свойствам относятся прежде всего параметры, описывающие основные функции товара (мощность, производительность, скорость, размеры, точность и т.д.). При этом важно учитывать требования стандартов (международных и национальных), законодательных актов, нормативов, которые предъявляют конкретные требования к товарам на том или ином рынке. Наряду с **“жесткими” параметрами**, описывающими основные количественные и качественные характеристики, важно анализировать так называемые **“мягкие” параметры**, характеризующие внешний вид товара (дизайн, цвет и т.п.), его упаковку, товарный знак.

2. После проведения анализа конкурентоспособности товара по потребительским параметрам и установления факта его соответствия требованиям потребителей и нормативным актам, регламентирующим доступ товара на конкретный рынок, проводится анализ конкурентоспособности по экономическим (стоимостным) параметрам товара. Величина экономических параметров определяется ценой изделия ***C1***, расходами на его транспортировку ***C2***, установку ***C3***, обучение персонала ***C4***, эксплуатационными расходами ***C5***, стоимостью ремонта ***C6***, расходами на техническое обслуживание ***C7***, налогами ***C8***, страховыми взносами ***C9*** и т.д. Сумма всех этих затрат будет определять *цену потребления*, т.е. все затраты потребителя в течение всего срока службы:

$$C = C1 + C2 + C3 + C4 + C5 + C6 + C7 + C8 + C9 + \dots$$

Количество составляющих цены потребления и их численные значения будут определяться индивидуально. Цена потребления - один из важнейших показателей конкурентоспособности (особенно для машинно-технических изделий), так как эксплуатационные затраты за весь период эксплуатации значительно превосходят единовременные затраты, связанные с приобретением товара.

Процесс проведения внешнеторговой сделки

В этой главе с помощью приведенного ниже рисунка рассматриваются последовательно основные наиболее важные составные части внешнеторговой сделки - начиная с маркетинга, коммерческого предложения, заключения контракта до передачи товара и получения платежа.

Прежде чем приступить к изучению отдельных элементов внешнеторговых операций, составляющих профессиональные знания и навыки, необходимо иметь общее представление о том, каким образом осуществляется внешнеторговая сделка, какие стадии нужно экспортеру пройти при поиске рынков, анализе реальности сделки, поиске партнера, составлении коммерческого предложения, ведении переговоров и заключении контракта, передаче товара, взимании платежа, как, будучи импортером, составлять и посылать

запрос, каким образом заключать контракт, производить оплату, получать товар, какие специализированные компании и государственные и административные органы имеют отношение к проводимой сделке, какие документы должны быть подготовлены и предоставлены, и т.д.

Приводимый ниже рисунок ("Последовательные ступени экспортно-импортной операции") является графическим изображением основных ступеней процесса экспортно-импортной операции, рассматриваемых в настоящем учебном пособии. Те элементы сделки, подробному объяснению которых не отведено место в последующих главах, разъясняются более детально.

Маркетинг во внешней торговле

Внешняя торговля начинается с маркетинга. Что вы будете делать, если к вам, сотруднику торговой компании, обратится представитель какого-нибудь предприятия-производителя с просьбой найти иностранный рынок для экспорта товаров, выпускаемых этим производителем, на том основании, что данный товар пользуется большим спросом внутри страны, и поэтому должен легко найти покупателя и за границей?

Вы можете попытаться предложить знакомой торговой компании из Японии или другой азиатской страны попробовать продать этот товар на своих рынках, сказав что-нибудь типа: "Это хороший товар, который в настоящее время хорошо продается на российском рынке и поэтому должен найти массовый спрос и в странах Азии, поэтому для начала купите партию в 1000 наборов и попробуйте продать на своем внутреннем рынке.

Если вы не можете купить сразу, выясните, сколько можно будет продать этого товара на рынках вашей страны".

3.4. Составление и оформление внешнеэкономических экспортно-импортных контрактов

Типовые контракты в международной торговле

В международной торговой практике широко используются типовые контракты. Типовой контракт - это примерный договор или ряд унифицированных условий, изложенных в письменной форме, сформулированных заранее с учетом торговой практики и принятых договаривающимися сторонами после того, как они были согласованы с требованиями конкретной сделки. Типовой контракт применим только к определенным товарам или определенным видам торговли.

Форма типовых контрактов может быть различной:

- Типовой контракт может быть представлен в виде документа, который его участники могут использовать как сам договор, в том случае, если они его подпишут и заполнят те статьи, которые требуют согласования (например, наименование сторон, количество, качество, цена, срок и место поставки).
- Типовым контрактом на практике обычно называют также и общие условия купли-продажи. Общие условия - это список статей договора, разработанных с учетом торговой практики и, как правило, в зависимости от базисных условий поставки, которые участники договора могут включать в свой контракт или ссылаться на них. В практике торговли чаще всего встречается форма типового контракта, состоящая из двух частей и унифицированной части, или общих условий, которые остаются неизменными в каждом отдельном случае.

Типовые контракты применяются чаще всего при заключении сделок:

- на стандартные виды машин и оборудования, потребительские товары;
- на промышленное сырье, поставляемое на долгосрочной основе;
- на биржах на массовые сырьевые и продовольственные товары.

Это обусловлено тем, что особенности массовых товаров, в частности, их внутренняя однородность с точки зрения физико-химических свойств, облегчают унификацию условий контрактов по определению качества и коли-

чества товара, способов упаковки (если она требуется), условий страхования во время перевозки и др. Имеет значение и то, что торговля этими товарами осуществляется в крупных объемах.

Распространение типовых контрактов является результатом стремления к унификации условий международной торговли и обусловлено определенными преимуществами, которые дает их использование. В частности, предварительная подготовка большей части текста контракта позволяет более тщательно его разработать, чем, если бы он согласовывался во время индивидуальных переговоров, экономит время на заключение сделки и дает возможность широко использовать имеющийся опыт торговли в данной отрасли.

Типовые контракты разрабатываются союзами предпринимателей: объединениями, ассоциациями, федерациями и др.; комитетами товарных бирж; торговыми палатами; монополистическими объединениями и крупными фирмами; Европейской комиссией ООН (ЕЭК).

Торговые обычаи и их значение в международной торговле

Существенное влияние на содержание обязательств сторон по договору купли-продажи оказывают принятые в международной практике торговые обычаи. Они играют решающую роль при разрешении споров между сторонами в арбитраже. Под торговым обычаем понимается сложившееся в международной торговле единообразное, общепризнанное правило, заключающее в себе ясное и определенное положение по вопросу, которого оно касается. К торговым обычаям относятся также торговые или деловые обыкновения, именуемые *узансами*.

Торговое обыкновение определяется, как правило поведения, настолько широко известное в данной сфере, что оно считается входящей составной частью в заключенный между сторонами контракт, если только оно не было исключено ими в прямо выраженной форме. Торговые обыкновения имеют важное значение, например, для толкования таких слов и выражений, как: отгрузка, текущие дни, оговорка “около”.

Важным условием применения торгового обычая (обыкновения) является знание его сторонами, совершающими сделку.

Чтобы избежать споров и арбитражных разбирательств, стороны обычно стремятся предусмотреть и внести в контракт возможно большее число уточняющих условий. При этом особое внимание уделяется как положениям, по которым есть специальные законоположения, так и таким, по которым действуют торговые обычаи.

Торговые обычаи излагаются в биржевых правилах, составляемых комитетами бирж; в специальных сборниках торговых палат; в материалах рабочих комиссий Комитета содействия внешней торговле и других организаций, действующих в рамках ООН; в типовых контрактах; в решениях третейских судов по отдельным вопросам.

Регистрация внешнеэкономических договоров

В настоящее время одним из направлений регулирования внешнеэкономической деятельности на региональном уровне является регистрация областными управлениями внешнеэкономических связей отдельных видов договоров (контрактов) субъектов предпринимательства. Регистрация осуществляется на основании Указа Президента Украины от 7.11.1994. “Об учете отдельных видов внешнеэкономических договоров (контрактов) в Украине”. В соответствии с ним регистрации региональными управлениями внешнеэкономических связей подлежат договоры (контракты) на сумму до 1.5 млн. долл. США, предметом которых являются:

- товары, экспорт (импорт) которых осуществляется на основании международных договоров Украины о торгово-экономическом сотрудничестве, заключенных от имени Правительства и центральных органов государственной исполнительной власти Украины;
- товары, отношения по реэкспорту регулируются действующим законодательством Украины и международными договорами Украины;

- товары происхождения из Украины, в отношении которых международными договорами Украины предусмотрено добровольное ограничение экспорта с целью предотвращения демпинга;
- товары происхождения из Украины, в отношении которых осуществляются антидемпинговые процедуры;
- товары происхождения из Украины, импорт которых в другие страны квотируется, контингентируется, лицензируется в соответствии с законодательствами экономических группировок, таможенных союзов;
- товары происхождения из Украины, экспорт которых осуществляется в рамках бартерных операций или операций со встречной торговлей.

Перечень товаров, отмеченных в пунктах 2-6, определяется Министерством внешних экономических связей Украины. Внешнеэкономические договоры (контракты) субъектов хозяйственной деятельности Украины, предметом которых является экспорт товаров стоимостью более 1.5 млн. долл. США, а также подпадающих под специальный режим экспорта подлежат регистрации в Министерстве внешних экономических связей Украины.

Для регистрации внешнеэкономического договора (контракта) субъект внешнеэкономической деятельности Украины, являющийся стороной контракта, предоставляет следующие документы:

- информационную карточку внешнеэкономического договора (контракта) согласно форме, установленной Министерством внешних экономических связей Украины;
- оригинал внешнеэкономического договора (контракта) и его копию, заверенную руководителем субъекта внешнеэкономического;
- документ об оплате услуг за регистрацию внешнеэкономического договора (контракта).

В том случае, когда субъект внешнеэкономической деятельности, обращающийся за регистрацией, поручает выполнение внешнеэкономического договора (контракта) другому субъекту хозяйственной деятельности Украины, представляется также оригинал договора поручения и его заверенная копия.

Оригиналы внешнеэкономического договора (контракта) и договора поручения возвращаются после рассмотрения материалов субъекту ВЭД Украины обратившемуся за регистрацией.

При необходимости органы регистрации могут требовать другие дополнительные документы.

Орган регистрации рассматривает представленные для регистрации документы в течение 20 календарных дней, начиная с даты обращения за регистрацией.

Для регистрации внешнеэкономического договора (контракта) о давальческом сырье субъект ВЭД Украины, являющийся стороной контракта, представляет следующие документы:

- письмо-обращение субъекта предпринимательской деятельности в Управление внешних экономических связей по установленной форме;
- информационную карточку внешнеэкономического договора (контракта) согласно форме, установленной Департаментом ВЭС;
- оригинал контракта на переработку (обработку, обогащение) давальческого сырья;
- копию контракта, заверенную руководителем предприятия;
- технологическую карту переработки давальческого сырья с расчетом выхода готовой продукции;
- экспертное заключение Торгово-промышленной палаты Украины, что касается выхода готовой продукции, изготовленной из давальческого сырья;
- разрешение на импорт (экспорт) сырья, если это предусмотрено действующим законодательством;
- контракт на приобретение сырья в Украине (в случае, если готовая продукция произведена украинским субъектом хозяйствования с использованием давальческого сырья, закупленного иностранным контрагентом за валюту в Украине);
- справку уполномоченного банка или других финансово-кредитных учреждений о поступлении валюты в Украину;

документ об оплате услуг по регистрации контракта.

Коммерческое предложение (offer)

Предложение осуществить торговую сделку, посылаемое в ответ на запрос, называется коммерческим предложением (OFFER, офферта). Необходимо, чтобы посылаемое потенциальному партнеру коммерческое предложение содержало все без исключения основные условия, необходимые для осуществления торговой операции, т.е. название товара, качественные характеристики и технические спецификации, количество, цена, условия платежа, срок отгрузки, упаковочный лист, условия страхования, срок действия коммерческого предложения. Коммерческое предложение должно содержать достаточно информации, чтобы партнер мог принять решение, и в тоже время, чтобы избежать ошибок, недоразумений и т. д., четко формулировать обязанности продавца. В особенности при первой сделке с новым партнером, чтобы избежать взаимных ошибок, желательно составлять коммерческое предложение с особо подробным описанием товара.

Виды коммерческих предложений

Коммерческие предложения бывают следующих видов:

- Firm offer (твердое предложение)

Твердым предложением называется коммерческое предложение, содержащее срок для ответа покупателя. Если покупатель в указанный срок примет названные условия, это будет означать заключение контракта. С другой стороны, продавец в течение действия указанного им в твердом предложении срока не имеет права менять условия или сроки предлагаемой сделки, и в случае положительного ответа покупателя обязан продать товар на указанных условиях (так как положительный ответ означает заключение контракта). Если по каким-либо причинам продавец окажется не в состоянии продать предлагаемый товар, он будет обязан покрыть возникшие убытки. Обычно английский текст твердого предложения оформляется в стандартной форме и содержит такие обороты, как "We offer you firm subject to your reply reaching us December 20, 1997", или "We offer you firm subject to your reply un-

til 15.00 of December 20, 1998 Tokyo time", и если часть текста, следующая после слов "subject to" содержит срок, это означает, что полученное предложение - твердое.

Предложение, посланное в ответ на твердое предложение, называется "контрпредложение" (counter offer, counter bid). Если контрпредложение посылается покупателем в ответ на твердое предложение продавца, оно рассматривается, как выражение покупателем твердого намерения купить товар. В случае, если продавец принимает контрпредложение покупателя, продавец уже не может изменить условия сделки. Извещение продавца о согласии на предложенные условия является моментом вступления в силу торгового контракта.

При составлении твердого предложения необходимо, чтобы ответ был принят партнером в указанные сроки, поэтому следует учитывать различия со страной партнера во времени и календаре (праздники, выходные и т. д.). Недостаточно назвать только дату и время, необходимо так же четко указать временной пояс: токийское время, лондонское время и т. д. В особенности ссылка важна при проведении операций с товарами, сделки по которым ведутся в международных масштабах, и цены, на которые изменяются в очень краткое время драгоценные и цветные металлы, продукция химической промышленности и т. д.

- Предложение с подтверждением (Offer subject to confirmation)

В случае, когда нет необходимости выставлять твердое предложение, применяется так называемое предложение с подтверждением (offer subject to seller's final confirmation). Это предложение предполагает окончательное подтверждение условий продавцом. Оно, хотя и составляется так же детально, как и любое коммерческое предложение, применяется, когда требуется сохранить возможность изменения (в случае долгого времени до ответа покупателя, или по его требованию, или из-за изменившихся условий продавца и т. д.) таких условий сделки, как цена товара, сроки поставки, технические параметры и т. д.

Это наиболее часто применяемая форма выставления коммерческого предложения.

При продаже оборудования, машин, заводов и т. д., конечные характеристики которых обычно решаются в процессе переговоров покупателя (конечного потребителя) и продавца, часто вместо слова "предложение" (offer) используют термины quotation, estimate, proposal и т. д.

Даже если коммерческое предложение и содержит надпись "subject to our final confirmation" или "subject to our acceptance" и являясь, таким образом, условным и сохраняющим возможность отказа от сделки, его все равно принято считать выражением сильного желания совершить сделку.

Безопасным способом действий является поставить в заглавие коммерческого предложения слово "Proposal", а в примечании отметить "This is not an offer but you can consider it as the basis of your order subject to our confirmation". Таким образом, можно избежать неверного трактования со стороны покупателя, расценившего ваш факс как твердое коммерческое предложение.

При продаже большого количества штучных товаров, таких как товары повседневного спроса или текстиль, чтобы заставить покупателя прислать запрос, т. е. чтобы заинтересовать покупателя в своих товарах, часто применяется такая форма, как посылка предложения в форме прайс-листа, содержащего цены и сроки поставки при условии покупки партии свыше установленного количества единиц товара. При обозначении цен в расчете на 1,000 единиц покупка 50,000 единиц будет означать, разумеется, снижение цен и увеличение длины срока поставки. Получив запрос в ответ на посланный прайс-лист, продавец выставляет на запрошенные товары официальное предложение или quotation.

Необходимые условия для составления коммерческого предложения

Для коммерческого предложения нет жестко установленной формы, но при составлении следует в полной мере предоставить необходимую информацию, что означает:

- четкость, полноту и простоту для понимания (для покупателя)
- содержание должно в максимально возможной степени отвечать условиям, на которых клиент хочет купить товар
- такие детали, требующие решения при заключении контракта, как название товара, качественные параметры, технические спецификации и особенности, количество, цена, условия поставки, срок отгрузки, упаковка, условия платежа, условия страхования, объем поставки (включаемое и не включаемое в объем поставки), обязательства покупателя, условия инспекций, условия установки и технического руководства, перечень технических документов и их язык и т. д. должны быть четко и подробно обозначены
- каталоги, образы, сертификаты качества, чертежи, расположение и т. д.
- максимум усилий, чтобы избежать ошибок и неточностей при составлении коммерческого предложения на иностранном языке (организовать проверку составленных документов человеком, для которого данный язык является родным, или проверить точность перевода, попросив другого сотрудника перевести подготовленный документ обратно с иностранного на свой язык)

Условия качества

Определение реального качества товара является самым трудным вопросом. В условиях относительно несложного производственного процесса, когда используемое сырье и процесс производства одинаковы и контроль над производством осуществляется надлежащим образом, продукт должен быть одного и того же, стандартного качества. В производстве, включающем скоординированную работу множества машин и людей, в строгом смысле получить продукт одного и того же качества невозможно; одинаковыми считаются товары, отвечающие установленным стандартам допустимых отклонений.

Вопросам качества следует уделять должное внимание и при внутренних торговых сделках, но при экспортно-импортных операциях нужна особая осторожность:

Покупатель и продавец должны определять параметры качества товара на основе взаимного согласия, четко указав необходимые параметры в тексте контракта.

Для того, чтобы покупатель мог правильно оценить качество товара, продавец должен в коммерческом предложении предоставить достаточно материала, позволяющего покупателю сделать правильные выводы.

Самое большое количество рекламаций во внешней торговле приходится как раз на качество товара. Основная причина большинства этих рекламаций состоит в том, что продавец либо не понял правильно требования покупателя в отношении качества товара (и, следовательно, не отразил это в предложении), либо при составлении коммерческого предложения сам не объяснил достаточно подробно параметры продаваемого товара.

Ответственность за качество продаваемого товара лежит однозначно на продавце. Ни в коем случае нельзя заключать контракт с нечетко или не до конца определенными качественными параметрами товара.

Аналогичным образом и покупатель, чтобы избежать взаимных ошибок и недоразумений, не должен навязывать такие неподдающиеся объективной оценке формулировки, как "The quality of the product should correspond with the highest level of the same product in the world".

Способы определения параметров качества

Определение качества на основе образца (quality sample)

Предоставляемый продавцом образец называется seller's sample, предоставляемый покупателем - buyer's sample. В случае, если покупатель предоставил образец, продавец должен изготовить пробный товар, предоставить его покупателю и только после получения формального согласия на покупку товара контракт заключается или вступает в силу. Выставленный со стороны покупателя образец называется "counter sample" - "обратный образец".

Определение качества на основе образца часто применяется при сделках с текстильными изделиями, товарами повседневного спроса и т. д., обра-

зец используется для определения таких параметров товара, как сырье, дизайн, размеры, цветовая гамма, узор, модель и т. д.

При сделках с продуктами химической промышленности, например, полиэтиленом, случается, что хотя в документах параметры товара соответствуют требуемым покупателем спецификациям и особенностям, при производстве выходящий продукт может не соответствовать установленным стандартам.

Century Trading Co., Ltd.

2-7-5, Minamisuna, Koto-ku, Tokyo, Japan 136

Tel: 81-3-5634-5904, Fax: 81-3-5634-7341, E-mail: vostok@crc.co.jp

QUOTATION

Messrs. A/O "Reforma"
40, Ul. Dzerzhinskogo
690600 Vladivostok, Russia

Date: Desember 15. 1997
Your Ref. No. RJPI-18
Our Ref. No. CRUE- 135

Dear Sirs,

We have a pleasure to quote you the following In-Store Bakery equipment on the terms and conditions mentioned hereunder subject to our final confirmation.

Terms of payment	:30%....by advance payment at your order :70%....by an irrevocable Letter or Credit at sight to be opened in our favor (UCP 1993 ICC Publication 500)
Delivery terms	: FOB Kobe (Incoterms 1990)
Shipment	: Within 4 (Four) month after our receipt of L/C
Packing	: Standart export seaworthy packing
Validity of quotation	: Presents quotation is valid until January 14, 1998
Others terms	: In accordance with our sales terms and conditions attached herewith

Item	Commodity & Description	Unit Price	Quantity	Amount
				(In US Dollars)

Century Trading Co., Ltd.
Shiro Shimamura
General Manager of Dep't No. 1

Рисунок 3.7. Пример формы для составления коммерческого предложения.

Поэтому, когда есть такие опасения, применяется следующий способ: продавец предоставляет покупателю определенное количество образца, которое конечный потребитель затем испытывает для производства требуемого продукта. Торговый контракт заключается (вступает в силу) только после получения подтверждения конечного потребителя по результатам испытаний.

Определение качества на основе стандартных технических характеристик
(sale on standard)

При торговле, например, медной рудой, цена партии определяется на основе индекса содержания меди (Си), являющегося параметром качества. Из реально поставленного объема медной руды производится выборочный анализ на соответствие требуемым параметрам содержания меди, на основе результатов которых регулируется окончательная цена. При передаче товара допускается неполное соответствие параметрам стандартного образца, но от продавца требуются максимальные усилия по приведению всего товара в соответствие с образцом.

При сделках на сельскохозяйственные продукты еще до снятия урожая качество товара устанавливается в соответствии с "усредненными условиями качества товара" (FAQ - Fair Average Quality Terms). Для морских продуктов качество товаров, которые могут стать объектом торговли, устанавливается в соответствии с "условиями пригодного для торговли качества" (GMQ: Good Merchantable Quality Terms). Для хлопка качество устанавливается на основе "обычных условий качества" (USQ, Usual Standard Quality).

Подтверждение того, что качество товара соответствует условиям контракта, осуществляется государственными органами по сертификации, выпускается сертификат соответствия качества (Certificate of Quality Inspection). Этот документ является одним из важнейших в пакете отгрузочных документов, и часто указывается в тексте контракта и аккредитиве.

В контракте необходимо детально указывать способ выбора стандартного образца, способ регулирования цен при отклонении реального качества от параметров образца, способы разрешения конфликтов (разногласий).

Определение качества на основе индустриального стандарта (standardized grade).

Этот часто применяемый при торговле металлическими изделиями, продукцией химической промышленности и т. д. способ определения качества и технических характеристик товара основывается на использовании международных стандартов, например, ISO, или индустриальных стандартов

промышленно развитых стран. Применяются такие системы стандартизации, как API (American Petroleum Association), DIN (немецкая система промышленных стандартов), JIS (японская система промышленных стандартов), BSS (промышленные стандарты Великобритании) и т. д.

С дальнейшим продвижением ЕС применения стандартов ISO 9000, и в будущем товары, не соответствующие ISO 9000, включая процесс их производства и инспекции, в принципе продавать в пределах Союза нельзя.

В настоящее время разработан следующий стандарт ISO-14000, на который уже ориентируются многие ведущие предприятия.

Определение качества на основе технических спецификаций.

Экспорт или импорт заводов и крупного промышленного оборудования сопровождается огромным количеством технической документации, детально описывающей технические параметры оборудования, расчетную мощность, качество получаемого продукта, структуру, компоновку или комплектацию оборудования, количество требуемых коммунальных услуг, чертежи оборудования, параметры сырья, вес, способ использования и т. д., Поэтому обычно на практике заключению контракта предшествует несколько месяцев, а иногда и лет, технических переговоров, многочисленных промежуточных соглашений, проводимых до начала переговоров по цене, что в конечном итоге делает возможным подписание контракта. Детально устанавливаются условия окончательной поставки (так как они могут значительно меняться в зависимости от типа завода или оборудования).

Определение качества на основе торговой марки.

При торговле товарами всемирно известных торговых марок наличие на товаре такой зарегистрированной торговой марки уже является гарантией высокого качества.

Момент определения параметров качества

В зависимости от характера товара, качество может изменяться (ухудшаться) в процессе перевозки, как, например, в случае пищевых продуктов. Прецизионное оборудование также подвержено влиянию вибрации и резких толчков в процессе транспортировки на дальние расстояния по железной дороге или автомобильным транспортом, существует тенденция к падению точностных параметров после перевозки.

В таких случаях предметом разногласия может стать то, на какой момент - отгрузки или выгрузки с судна - должно качество товара соответствовать определенному уровню.

В принципе при использовании в контракте цены места отгрузки применяются условия соответствия качества на момент погрузки на судно (Shipped Quality Terms);

При цене места выгрузки применяются (Landed Quality Terms) - качество должно быть в соответствии с установленным на момент выгрузки.

Положения об определении качества в контракт следует вносить в контракт с учетом характера и особенностей товара, после достаточно глубокого и детального, удовлетворяющего обе стороны, обсуждения во время ценовых переговоров.

При продаже крупных промышленных сооружений, как заводы, подвесные мосты и т. д., соответствующие органы страны продавца, даже если и смогут проверить все отгружаемые составные части, узлы, детали и т. д., не в состоянии инспектировать построенное в результате сооружение, так как географически оно будет находиться в месте, указанном покупателем. По-

этому составляется подробное приложение к контракту (составляющее один или несколько отдельных томов), детально определяющее условия поставки.

Количество

В зависимости от специфических особенностей конкретных товаров могут применяться различные виды единиц измерения. В особенности следует быть внимательным при ведении операций с партнерами из стран, где в повседневной практике применяются единицы измерения не метрической системы.

Таблица 3.4. Различные виды единиц измерения для товаров

Вес:	Тонны (t), фунты (lb), килограммы (kg)
Объем:	Кубические метры (m ³), кубические футы (cft), баррели (bbl)
Длина:	Метры, футы, ярды, дюймы
Площадь:	Квадратные метры, квадратные футы
Количество:	Штуки, наборы, пары, дюжины, мешки, бутылки, grossы
Упаковка:	Мешки, обрешетки (crate), тюк (bale), катушка (coil), кипа (bale), бочка (keg)

Следует особо отметить, что тонна может быть трех видов:

Английская тонна: 1016 кг = 2240 фунтов (english ton / long ton / gross ton)

Американская тонна: 907.2 кг = 2000 фунтов (american ton / short ton)

Французская тонна: 1000 кг = 2204 фунта (metric ton / kilo ton / french ton)

Поскольку в России и Японии используются метрические тонны, простое употребление термина "тонна" не приведет к ошибочной трактовке; при торговле с другими странами обязательно следует указывать, какие тонны вы имеете в виду:

- метрические,
- английские и т.д.

Кроме того, помимо тонны как меры веса применяется такая мера измерения, как "объемная тонна" ($1 \text{ объемная тонна} = 1 \text{ м}^3 = 40 \text{ ft}^3$).

При погрузке на судно вес и объем груза измеряется уполномоченным государственными органами, выдаваемый им сертификат веса и/или объема (Certificate and List to Weight and/or Measurement) является основанием для расчета стоимости перевозки (фрахта).

Цена и условия платежа

Способ определения цены

При заключении торгового контракта из всех условий, как продавец, так и покупатель наибольший интерес проявляют к цене. Если цена будет достаточно привлекательной для обеих сторон, даже при отсутствии полного согласия в отношении других условий стороны проявят максимальную гибкость для достижения соглашения. Это не означает, тем не менее, что цена является абсолютным условием: как в пословице "скупой платит дважды", дешевизна может объясняться низким качеством данного товара. Кроме того, при слишком низких ценах многое необходимое может быть исключено из условий поставки.

В особенности при работе с производителями из Европы и Америки следует обратить внимание на то, что часто продаваемый товар не включает не указанные четко дополнительные части, оборудование и т. д., для включения которых в комплект производитель выставляет отдельную дополнительную смету. Поэтому покупатель должен очень внимательно изучить качество, технические характеристики товара и то, что включается в объем (комплект) поставки.

Для того, чтобы не ввести покупателя в заблуждение, необходимо четко указать ценовые условия, которые включают:

расходы, включаемые в цену помимо цены самого товара;

место перехода риска с продавца на покупателя (границы ответственности);

вид валюты;

единицу измерения (денежная единица за метрическую тонну, штуку, 1 комплект) и т. д.

Не менее важно также четко указать следующие условия: кто оплачивает фрахт, кто несет расходы по погрузочно-разгрузочным работам, таможенной очистке в стране экспортера и на месте назначения, кто платит таможенные пошлины, до какого места, до какого времени страховка покрывает груз, на каких условиях, кто платит страховую премию, в какой момент ответственность за поставку груза переходит с продавца на потребителя и т. д.

Такой способ обозначения и расчета цены применяется в соответствии с разработанными Международной Торговой Палатой унифицированными правилами толкования торговых условий "Incoterms".

Таблица 3.5. Обозначение коммерческих терминов.

№	Наименование коммерческого термина	Наименование термина на английском языке	Кодовое обозначение
1	2	3	4
1.	С завода (...в поименованном месте)	Ex works (...named place)	EXW
2.	Свободно у перевозчика (...в поименованном месте)	Free Carrier (...named place)	FCA
3.	Свободно вдоль борта судна (...в поименованном порту отгрузки)	Free Alongside Ship (...named port of shipment)	FAS
4.	Свободно на борту судна (...в поименованном порту назначения)	Free On Bord (named port of shipment)	FOB
5.	Стоимость и фрахт (...в поименованном порту назначения)	Cost and Freight (named port of destination)	CFR
6.	Стоимость, страхование и фрахт (поименованном порту назначения)	Cost, Insurance and Freight (...named port of destination)	CIF
7.	Провозная плата оплачена до (...поименованного места назначения)	Carrige Paid to(...named place of destination)	CPT
8.	Провозная плата и страхование оплачены до (...поименованного места назначения)	Carrige and Insurance Paid to (...named place of destination)	CIP

Продолжение табл.3.5.

1	2	3	4
9.	Поставлено на границе (...в поименованном месте)	Delivered At Frontier (...named place)	DAF
10.	Поставлено на судне (...в поименованном порту назначения)	Delivered Ex Ship (...named port of destination)	DES
11.	Поставлено на пристани (с оплатой пошлины) (...в поименованном порту назначения)	Delivered Ex Quay (duty paid) (...named port of destination)	DEG
12.	Поставлено без оплаты пошлины (...в поименованное место назначения)	Delivered Duty Unpaid (...named place of destination)	DDU
13.	Поставлено с оплатой пошлины (...в поименованное место назначения)	Delivered Duty Paid (...named place of destination)	DDP

Все 13 терминов Incoterms будут подробно рассмотрены ниже.

Виды валют

При ведении переговоров о цене необходимо быть внимательным к тому, какие денежные единицы используются для обозначения цены, помимо американских долларов. Например, существуют гонконгские доллары, канадские, австралийские, тайваньские, сингапурские, малайзийские, новозеландские доллары, котировки которых, естественно, различны. Для обозначения мексиканских песо иногда обозначаются знак \$ (доллар), для обозначения китайских юаней иногда используется знак ¥ (японская иена).

При ведении расчетов в иностранной валюте постоянно возникает риск колебаний валютных курсов, что может привести к убыткам при переводе валюты собственной страны в валюту сделки, или, наоборот, в момент расчетов. Разумеется, для осуществления международных расчетов желательна стабильная свободно конвертируемая валюта. В настоящее время наиболее часто применяются американский доллар, что является результатом положения этой денежной единицы в качестве ключевой мировой валюты. Помимо американских долларов также для расчетов используются такие стабильные валюты, как британский фунт стерлингов, немецкая марка, фран-

цузский франк и японская иена. Чтобы ограничить риск потерь при колебаниях валютного курса, сразу после заключения торгового контракта следует заказать форвардный курс в банке на основании собственного прогноза на момент расчетов.

Условия отгрузки

Обычно, при осуществлении международных торговых операций, трудно сказать точно, когда груз будет доставлен по месту назначения, особенно при транспортировке морем, т. к. из-за неблагоприятных погодных условий, международных конфликтов и т.д. возникают задержки по независящим ни от продавца, ни от покупателя причинам, поэтому в международной практике принято использовать срок отгрузки. Условия отгрузки определяются следующим образом:

(а) Условленный месяц отгрузки

Если в контракте срок отгрузки указывается, как апрель 1998 г., это означает, что отгрузка может быть осуществлена в любое время в течение апреля месяца. Если бы в коммерческом предложении было бы написано, например. Shipment: within june/july/august, 1998, было бы необходимо с самого начала подробно и четко указать условия отгрузки, а именно: когда конкретно в течение этих трех месяцев должна быть осуществлена отгрузка, весь груз за один раз, равными партиями раз в месяц или, например, 10% в течение июня, 30% в течение июля и 60% в течение августа, и т.д., кому (продавцу или покупателю) принадлежит право принятия этого решения. Так, в случае, когда на момент заключения контракта продавец не может заранее точно указать срок, при отсутствии возражений со стороны покупателя, в коммерческом предложении после указания 1998 г. дополнительно пишется соответственно "At seller's option".

(в) Особые условия. Например:

- В течение 3-х месяцев после получения аккредитива (shipment shall be made within 3 months after receipt of L/C).

- В течение 2-х месяцев после получения предоплаты (...within 2 months after receipt of advance payment)
- В течение 1 месяца после подписания контракта и т.д.
- Немедленная отгрузка (Immediate/Prompt shipment): осуществляется в течение 2-х недель (по крайней мере, таково традиционное толкование этого условия; не исключено, что партнер может придерживаться другого толкования, поэтому при первой сделке лучше заранее проверить соответствие толкований).

В зависимости от товара, иногда необходимо получить разрешение государства на ввоз, что может потребовать времени. В таких случаях часто срок отгрузки определяется по истечении установленного периода времени после получения соответствующего разрешения (Within ... months after getting of government export license), вступления контракта в силу (Within ... months after entering of the contract into force) и т.д.

Иногда в реальной торговой практике применяется термин "delivery". Это слово не является торговым термином в строгом смысле и может быть истолковано как срок окончательной доставки, что является ошибкой. Термин "shipment" точно определяется сроком погрузки товара на средство транспортировки, поэтому именно shipment следует использовать во всех документах на английском языке.

Например, может возникнуть ошибка следующего характера: покупатель из США спрашивает о сроках доставки, употребляя термин "delivery". В ответ японская торговая компания, интерпретируя смысл вопроса как срок отгрузки (погрузки на судно), отвечает, например, "август". Американская же сторона воспринимает этот ответ как указание срока доставки по окончательному месту назначения (например, на завод, где должен быть использован купленный в Японии станок). Поэтому следует обратить внимание на правильное использование терминологии: смысл слов shipment (применяется для обозначения отгрузки) и delivery не совпадают: последний использовать не рекомендуется. Более того, срок осуществления отгрузки (shipment) определяется не выходом судна с грузом в море по направлению к порту назначе-

ния, а моментом принятия груза на борт, о чем свидетельствует штамп с датой в выдаваемой перевозчиком накладной - коносаменте (Bill of Lading). Аналогично, при использовании железнодорожного, грузового автомобильного или авиатранспорта используется тот же термин "shipment", датой отгрузки считается дата, указанная в Rail Way Bill/Way Bill/Air Way Bill - соответствующие разновидности коносамента Bill of Lading.

Составление сметы и коммерческого предложения

(а) Расчет сметы товара и прибыльность сделки

Будучи представителем компании-продавца (экспортера), вам необходимо рассчитать все расходы, связанные с экспортом - от получения товара от производителя до поставки покупателю (импортеру) и получения платежа, а также прибыль, которую вы должны получить в результате торговой операции в качестве платы за предоставляемые услуги. В этом случае, если стоимость товара должна быть оплачена производителю раньше, чем поступит платеж от импортера, на сумму расчетов с производителем начисляются проценты.

Если вы находитесь в позиции покупателя (импортера), вам необходимо рассчитать все расходы, связанные с импортом, от получения товара от продавца (экспортера) до поставки потребителю и получения платежа, а также прибыль, которую вы должны получить. В этом случае, если стоимость товара должна быть оплачена продавцу раньше, чем поступит платеж от потребителя, на сумму расчетов с продавцом начисляются проценты.

Расчет расходов собственной компании на сделку называется "estimate". В случае, когда товар передается производителем продавцу на условиях EXW (франко-завод) в неупакованном виде, затем продается покупателю на условиях FOB (франко-борт), и далее поставляется на завод потребителя (конечного заказчика), расчет основных параметров estimate будет выглядеть следующим образом (см. Таблица 3-2 ниже)

(b) Составление коммерческого предложения

На основании приведенного выше расчета вы - продавец (экспортер) подготавливаете и отправляете покупателю (импортеру) коммерческое

предложение (учитывая предстоящие переговоры по цене, имеет смысл соответствующим образом отредактировать цены, вносимые в коммерческое предложение).

Если коммерческое предложение, составляемое в соответствии с приведенным выше примером, становится в результате подробного описания товара громоздким и трудным для понимания, требующие дополнительного объяснения детали и условия можно вынести в отдельную графу "примечания". Если с данным партнером вы имеете дело в первый раз, следует приложить к предложению общие условия торгового контракта.

Если технические документы и каталоги уже были переданы партнеру заранее (или по ним уже достигнуто соглашение), коммерческое предложение можно отправлять; как правило, факсом или электронной почтой.

Если вы находитесь в положении импортера (покупателя), получив коммерческое предложение, необходимо рассчитать стоимость, как показано ниже (Таблица 3.6), и, составив и отправив смету или коммерческое предложение, получить от потребителя подтверждение намерения совершить покупку.

В ряде случаев покупатель может потерять интерес к сделке, увидев цены, поэтому нужно быть готовым проверить наличие желания у покупателя совершить покупку в случае изменения условий, например, при снижении цен на 10% или изменении технических характеристик товара.

Таблица 3.6. Пример таблицы для расчета себестоимости сделки.

Экспортная смета			Импортная смета		
А. Цена производ. (EXW)			А. Цена FOB (обмен. курс:)		
В. Экспортная упаковка			В. Открытие аккредитива		
Внутренняя перевозка			Морская перевозка		
EXW- компан. по упаковке			Мор. страховая премия		
Комп. По упаковке – склад			Разгрузочн. Работы		
Плата за складирование			Таможенное оформление		
Страхов. премия FOB (1)			Таможенные пошлины		
Экспортная инспекция			Таможенная проверка		
Экспорт. тамож. Очистка			Плата за складирование		
Погрузка на судно			Внутренняя перевозка (3)		
(погруз/разгруз. работы)			Страх. внутр. перевозок (4)		
Банковская комиссия			Банковская комиссия		
(Комиссия представит.			(Комиссия представит.)		
(Консульская проверка)			НДС		
Проценты			Проценты		
Расходы на переговоры			Расходы на переговоры		
(Расходы на образцы)			(Расходы на образцы)		
Эксп. Страховая премия (2)			Организац. пролаж (5)		
Особые расходы			Особые расходы		
Другие расходы			Другие расходы		
В.Итого			В.Итого		
С. Комиссия			С. Комиссия		
D. Сумма(A+B+C)			D. Сумма (A+B+C)		
E. Обменный курс				Собст. валюта	
F. Экспортная цена			E. Импортная сметн. цена		

Примечание:

- (1). Страхование на промежутке EXW - FOB
- (2). Государственное страхование риска неуплаты
- (3). Расходы по перевозке груза с момента ввоза на склад до поставки пользователю
- (4). Расходы на организацию выставок, семинаров, рекламных компаний и т. д.

Базисные условия поставки

Базисными условиями в экспортно-импортном контракте называют специальные условия, которые определяют обязанности продавца и покупателя по доставке товара и устанавливают момент перехода риска случайной гибели или повреждения товара с продавца на покупателя. Это сложившийся комплекс типовых обычаев, в наибольшей степени соответствующих характеру данного вида сделок. Базисные условия определяют, кто несет расходы, связанные с транспортировкой товара от продавца-экспортера к покупателю-

импортеру. Эти расходы весьма разнообразны и составляют иногда 40-50% цены товара. Они могут включать: расходы по подготовке товара к отгрузке (проверка качества и количества, отбор проб, упаковка); оплату погрузки товара на перевозочные средства внутреннего перевозчика (водным, железнодорожным, автомобильным, воздушным и другими видами транспорта); оплату перевозки товара от пункта отправления до основных перевозочных средств; оплату расходов по погрузке товара на основные перевозочные средства в пункте экспорта, оплату стоимости транспортировки товара международным транспортом; оплату страхования груза в пути; расходы по хранению товара в пути, перегрузке и перетарке; расходы по выгрузке в пункте назначения; оплату таможенных пошлин, налогов и сборов при переходе таможенной границы.

Те расходы по доставке товара, которые несет продавец, включаются в цену товара. Эти условия называются базисными потому, что они устанавливают базис цены товара и оказывают влияние на уровень цены товара.

Применение базисных условий упрощает составление и согласование контрактов. С целью избежать расхождений и споров по толкованию базисных условий Международная торговая палата выпускает сборники международных правил по толкованию торговых терминов "Incoterms". Эти Правила носят факультативный характер и применяются в полном объеме или в какой то части, если на них сделана прямая ссылка в контракте.

С 27.1 1.1994г. указание субъектами предпринимательской деятельности базисных условий в контрактах обязательно в соответствии с приказом Президента Украины от 4.10.1994г. "О применении Международных правил по толкованию торговых понятий". В настоящее время применяются "Incoterms" в редакции 1990г.

Incoterms представляют собой международные правила интерпретации условий внешнеторговых сделок. Само слово "INCOTERMS" есть сокращение от французского варианта названия "International Commercial Trade Terms". В 1920 гг. Международная торговая палата провела обследование толкований ставших традиционными условий заключения внешнеторговых

контрактов в 35 странах, в результате которого стали очевидными различия в отношении одних и тех же терминов. На основе этого обследования в 1936 г., с целью устранения ошибок, возникающих из-за отличий в торговой практике отдельных стран, а также, для более аффективного осуществления международной торговли, ИСС были выпущены "Международные правила по толкованию торговых терминов". Эти правила стали первыми Incoterms, называемыми также Incoterms 1936. Позднее в 1953 г., 1967 г., 1976г., 1980 г. осуществлялись дополнения и исправления условий. В июле 1990 г., т.е. после значительного пересмотра, была принята последняя, настоящая версия Incoterms, которая широко применяется в настоящее время во всем мире.

Incoterms 1990 не является международным договором, обязательным к исполнению, поэтому они только тогда принимают характер контрактных условий, когда участники отдельных торговых контрактов соглашаются их придерживаться при определении условий контракта купли-продажи. Поэтому для того, чтобы толкование условий контракта в соответствии с Incoterms 1990 вступило в силу, в часть текста торгового контракта, содержащую определения, или в другие соответствующие его разделы обязательно вносится ссылка на Incoterms 1990.

В Incoterms 1990, под влиянием таких тенденций, как (1) изменения в технологии грузовых перевозок, (2) увеличение количества сделок на условиях передачи груза и указанном месте доставки, (3) увеличение количества сделок с использованием электронных средств оформления (EDI = Electronic Data Interchange), позволяющих сократить количество документов, (4) все большего соответствия практике введенных в 1980 г. условий FCA и CIP, (5) прекращение использования условий FOR/FOT и FOB с передачей груза в аэропорту, были установлены 13 основных условий, применяемых в настоящее время в мировой торговле.

Наглядное объяснение наиболее существенных обязанностей покупателя и продавца, определяемых Incoterms 1990, дано далее в соответствии с приводимой ниже таблицей, классифицирующей риски в 10 основных группах.

Следует понимать, что Incoterms 1990 определяют то, как распределяется риск и расходы между покупателем и продавцом в условиях конкретной сделки, а не те обязательства, которые стороны должны брать на себя вообще. Так, надпись "нет обязательств по перевозке" в графе обязанностей покупателя в статье Incoterms 1990 не означает полное отсутствие каких - либо действий в отношении перевозки с его стороны вообще, т. к. если после обусловленного контрактом момента передачи товара покупатель должен будет товар переместить в третье место, разумеется, расходы за эту перевозку он должен будет нести сам. Также в аналогичных условиях в отношении страхования формулировка "отсутствие обязательств" будет означать отсутствие их в отношении партнера; это не означает отсутствие обязанностей продавца по страхованию груза до момента перехода ответственности, тогда как все, что происходит после передачи груза, попадает в сферу ответственности покупателя. На такой трактовке основываются определения обязательств, содержащихся в Incoterms 1990.

Таблица 3.7. Классификация основных обязательств участников торговых сделок.

	Обязанности продавца		Обязанности покупателя
A1	Предоставление товара в соответствии с условиями договора	B1	Уплата цены
A2	Лицензии, разрешения и иные формальности	B2	Лицензии, разрешения и иные формальности
A3	Договор перевозки и страхования	B3	Договор перевозки
A4	Поставка (Delivery)	B4	Принятие поставки
A5	Переход рисков	B5	Переход рисков
A6	Распределение расходов	B6	Распределение расходов
A7	Извещение покупателю	B7	Извещение продавцу
A8	Доказательства поставки, транспортные документы или эквивалентные электронные сообщения	B8	Доказательства поставки, транспортные документы или эквивалентные электронные сообщения
A9	Проверка-упаковка-маркировка	B9	Инспектирование товара
A10	Другие обязанности	B10	Другие обязанности

Рис. 3.8 Основные группы и 13 терминов Incoterms 1990

В Incoterms 1990 все термины по первым буквам обозначения разделены на 4 категории. Первая категория, Е, включает единственный термин EXW. Остальные категории включают 3 термина F (FCA, FAS и FOB), 4 термина C (CFR, CIF, CPT и CIP), 5 терминов D (DAF, DES, DEQ, DDU и DDP).

- F согласно терминам этой группы продавец обязуется предоставить товар в распоряжение перевозчика, указанного покупателем; риск и расходы с этого момента переходят на покупателя. Буква F означает "Free".
- C согласно терминам этой группы продавец должен нести определенные расходы даже после пересечения товаром границы распределения риска гибели или повреждения товара. Буква C означает "Cost".
- D согласно терминам группы D продавец несет все расходы и принимает на себя все риски до момента доставки товара в страну назначения, D означает "Destination". Далее приводится краткая классификация этих терминов.

Таблица 3.8. 4 группы и 13 условий Incoterms 1990.

Категория E: от-грузка	EXW	ex works	Франко завод
Категория F: основную перевозку оплачивает покупатель	FCA	free carrier	Франко перевозчик
	FAS	free alongside ship	Франко вдоль борта судна
	FOB	free on board	Франко борт
Категория C: основную перевозку оплачивает прода-продавец	CFR	cost & freight	Стоимость и фрахт
	CIF	cost, insurance & freight	Стоимость, страхование и фрахт
	CPT	carriage paid to	Фрахт/перевозка оплачены до...
	CIP	carriage & insurance paid to	Фрахт/перевозка и страхование оплачены до...
Категория D: прибытие/доставка	DAF	delivered at frontier	поставка до границы
	DES	delivered ex ship	Поставка с судна
	DEQ	delivered ex quay	Поставка с пристани (с оплатой пошлины)
	DDU	delivered duty unpaid	Поставка без оплаты пошлины
	DDP	delivered duty paid	Поставка с оплатой пошлины

Издержки, которые несет продавец

Граница, до которой в соответствии с Incoterms 1990, продавец несет расходы, проведена на таблице ниже (обозначена 0).

Таблица 3.9. Расходы продавца в соответствии с Incoterms 1990

	Расходы экспортера						Основной транспорт		Расходы по таможенной очистке	Расходы импортера		
	Эксп. упаковка	Погрузка на трансп.	Перевозка внутри страны-эксп.	Получение разрешения на эксп.	Эксп. тамож. очистка	Погрузка на судно	Фрахт	Морское страхование		Выгрузка	Импортер. лицензия, тамож. очистка	Перевозка до места назначения
EXW	0											
FCA	0	0	0	0	0							
FAS	0	0	0									
FOB	0	0	0	0	0	0						
CFR	0	0	0	0	0	0	0			0		
CIF	0	0	0	0	0	0	0	0		0		
CPT	0	0	0	0	0	0	0					0
CIP	0	0	0	0	0	0	0	0				0
DAF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
DES	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
DEQ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
DDU	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0
DDP	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

В данной таблице представлены обязательства продавца по несению расходов при обычной перевозке обычного груза. Например, при контракте на условиях CIF продавец несет расходы по выгрузке груза в стране импортера в случае использования лайнера. При перевозке сборного груза с использованием чартерного судна, как правило, расходы по выгрузке груза в порту импортера продавец не несет, поэтому в отношении этого условия необходима специальная статья в контракте.

Основное содержание 13 терминов Incoterms 1990

В следующей ниже иллюстрации показаны пункты перехода ответственности за риски и расходы в 13 терминах Incoterms. Свести все возможные виды транспортных средств и различные формы перевозок в один рисунок невозможно; цель приводимого ниже рисунка поэтому - дать общую иллюстрацию, четко отражающую отличия 13 терминов.

В комментарии 13 терминов Incoterms 1990, начинающемся со следующего раздела, текст сокращен для организации пособия в удобном для читателя виде. Полный текст используемых сокращений приведен в сравнительной таблице ниже, где в левой колонке указано полная официальная формулировка, а в правой - используемое далее в учебном пособии сокращение.

Таблица 3.10. Сравнительная таблица используемых сокращений

Товар, соответствующий условиям контракта	Товар контракта
Оплата стоимости товара в соответствии с условиями контракта	Оплата стоимости товара
В случае, если продавец и покупатель договорились об использовании средств электронной связи, упомянутые выше документы могут быть заменены эквивалентными электронными сообщениями	(В отношении всех документов) "Документы или EDI"
в оговоренную дату или срок	в оговоренный срок
все риски гибели или повреждения товара	все риски
известить...надлежащим образом	известить
договор перевозки товара до указанного порта назначения по обычному судоходному маршруту на морском (или на подходящем для внутреннего водного сообщения) судне такого типа, который обычно используется для перевозки товаров, аналогичных товару, указанному в договоре купли-продажи	обычный договор морской перевозки
обычный транспортный документ (...оборотный коносамент, необоротная морская накладная, речной путевой документ) или накладную комбинированной перевозки	обычный транспортный документ или транспортный документ
принять... транспортный документ и/или другое доказательство поставки, если оно соответствует условиям договора купли-продажи	принять транспортный документ и/или доказательство поставки
получить за свой счет /и на свой риск	получить

В рисунке 3.6. о транспортных средствах при описании условий СІР и FCA рассматривается пример с контейнерным судном, так как это наиболее часто применяемый способ транспортировки; эти условия применяются также и при использовании судов, для судов RO-RO и других видов судов. Аналогичным образом не ограничиваются и виды судов, применяемые при сделках на условиях группы D.

Incoterms 1990 издаются Международной торговой палатой на многих языках мира.

ICC Publishing S. A. International Chamber of Commerce

38 Cours Albert 1^{er}

75(X)8 - Paris, France

Tel. (1) 49.53.28.28

Fax (1) 42.25.28.62

WWW: <http://www.iccwbo.org/pub/index.htm>

Оригиналы условий на русском языке (с приложением английского перевода) могут быть приобретены в Финском отделении Международной торговой палаты (факс 358-0-650303).

Наиболее авторитетным детальным и точным комментарием Incoterms 1990 является "Guide to Incoterms 1990", (ICC Publication No. 461/90), подготовленный профессором Стокгольмского университета Яном Рамбергом (вышло в издательстве ICC Publishing S.A.). Автор рекомендует приобрести эту книгу всем, кто желает получить более глубокие, профессиональные знания об Инкотермс 1990. (Все упоминаемые далее издания можно заказать в указанных выше организациях)

1. EXW. С завода (с предприятия, рудника, со склада) (...в поименованном месте). При этом базисном условии на продавце не лежит никакой обязанности по транспортировке товара. Продавец выполняет свою обязанность по поставке, когда предоставляет товар в распоряжение покупателя в своем помещении, в поименованном месте и в срок, обозначенный в контракте. Покупатель несет все расходы, при условии, что товар должным образом индивидуализирован, т. е. обозначен как товар, являющийся предме-

том данного контракта. Это условие предусматривает минимальные обязательства, выполняемые продавцом. Оно не должно применяться, если покупатель не может выполнить прямо или косвенно экспортные формальности.

2. FCA. Свободно у перевозчика (...в поименованном месте). Продавец по этому условию свою обязанность поставить товары, очищенные для экспорта, на попечение перевозчика, указанного покупателем, в поименованном месте или пункте. Если точный пункт не указан покупателем, продавец может сам выбрать место поставки в пределах указанной территории, где перевозчик примет товар на свое попечение. Обычно это пункт, ближе всех расположенный к основным международным транспортным путям. Им может быть внутренний пункт страны отправления, морской порт и в большинстве случаев - грузовой терминал, принадлежащий перевозчику. Продавец в подтверждение сдачи товара должен предоставить перевозчику коносамент, накладную или расписку перевозчика.

Покупатель обязан своевременно указать пункт назначения и оплатить провозную плату. Под “перевозчиком” подразумевается любое лицо, которое по договору перевозки, заключенному с покупателем, осуществляет или обеспечивает выполнение перевозки. Перевозчик принимает на себя ответственность за транспортировку в качестве перевозчика-контрактора.

Он сам заключает договор перевозки с владельцем транспортных средств. Перевозчиком может считаться и экспедиторская фирма, принимающая на себя ответственность за транспортировку. Если покупатель дает указание продавцу поставить груз лицу или транспортно-экспедиторской фирме, не являющимся перевозчиком, продавец считается выполнившим свое обязательство по поставке товаров, когда они находятся на попечении такого лица или фирмы. Термин “транспортный терминал” означает железнодорожный терминал, грузовую железнодорожную станцию, контейнерный терминал или сортировочную станцию и любой подобный пункт.

3. FAS. Свободно вдоль борта судна (...в поименованном порту отгрузки). Это условие может применяться только при морских перевозках или во внутренних водных перевозках. При базисном условии ФАС продавец

обязан поставить за свой счет товар в обусловленный в договоре порт отгрузки, в указанное покупателем место, в согласованный срок и расположить товар вдоль борта судна, зафрахтованного покупателем. Если судно не может из-за своих размеров или глубокой осадки производить погрузку у причала и погрузка происходит на рейде, продавец обязан за свой счет и риск доставить товар на лихтерах или другими вспомогательными средствами к борту судна и известить об этом покупателя. Покупатель при этом условии обязан зафрахтовать судно, заблаговременно сообщить продавцу его название, время прибытия, условия погрузки и нести все расходы по доставке товара к борту судна. Риск случайной гибели или повреждения товара переходит с продавца на покупателя в момент фактической поставки товара вдоль борта судна в обусловленном порту погрузки в согласованный срок. Покупатель обязан произвести очистку товара для экспорта. Это условие не должно применяться, когда покупатель не может выполнить прямо или косвенно экспортные формальности.

4. FOB. Свободно на борту судна (...в поименованном порту отгрузки). По этому базисному условию продавец обязан поставить за свой счет товар на борт судна, зафрахтованного покупателем, в согласованном порту отгрузки, в установленный срок и вручить покупателю чистый бортовой коносамент - коносамент, который не имеет оговорок, указывающих на дефектное состояние тары и упаковки, а именно,- прямых указаний на то, что товар или его упаковка находятся в неудовлетворительном состоянии; оговорок об освобождении перевозчика от ответственности за риски, связанные с характером упаковки; оговорок о том, что перевозчику неизвестно содержание груза, его вес, размеры, качество или техническая спецификация. “Бортовой” коносамент означает, что товар находится на борту судна. Покупатель по условию FOB обязан зафрахтовать за свой счет судно и своевременно известить продавца о сроке и месте погрузки. Риск случайной гибели или повреждения товара переходит с продавца на покупателя в момент перехода товара через поручни судна в порту погрузки. В соответствии с этим условием продавец производит очистку товара для экспорта. Когда поручни судна не несут

практического назначения, как например в случае с контейнерными перевозками, более подходящим является условие “свободно у перевозчика”. Укладка груза в трюме (штивка) и утруска (тримминг) не входят в обязанности продавца и по принятым нормам фрахтования выполняются за счет судовладельца и включаются в стоимость фрахта, уплачиваемого покупателем. Если же продавец берет на себя штивку, это отражается в базисном условии путем добавления к нему буквы “S” (“FOB+S”).

5. CFR. Стоимость и фрахт (...в поименованном порту назначения).

По этому базисному условию продавец обязан зафрахтовать за свой счет судно, оплатить стоимость фрахта до согласованного порта назначения и погрузить товар на борт судна в порту отгрузки в установленный в контракте срок. Расходы по выгрузке товара в порту разгрузки несет покупатель (кроме случаев перевозки на судах регулярных судоходных линий, когда расходы по выгрузке входят во фрахт и, следовательно, оплачиваются продавцом). Риск случайной гибели или повреждения товара так же, как и дополнительные расходы, возникающие после того, как товары были поставлены на борт судна, переходит с продавца на покупателя в момент фактического перехода товара через поручни судна в порту погрузки. Продавец по этому условию должен произвести очистку товара для экспорта. Когда поручни судна не несут практического назначения, более подходящим является условие CPT.

6. CIF. Стоимость, страхование и фрахт (...в поименованном порту назначения).

При поставках на условиях СИФ продавец обязан зафрахтовать судно, оплатить фрахт, доставить товар в порт отправления, погрузить его за свой счет на борт судна в согласованный срок и вручить покупателю чистый бортовой коносамент. В обязанности продавца входит также страхование товара от транспортных рисков на условиях “свободно от частной аварии” по минимальной ставке. Продавец должен вручить покупателю страховой полис, выписанный страховой компанией на имя покупателя. Таким образом, при базисном условии СИФ в цену, уплачиваемую покупателем, включается стоимость товара, фрахт и страхование товара. Расходы по выгрузке товара, включая расходы по оплате лихтеров и по помещению товаров на пристани,

несет покупатель. Риск случайной гибели или повреждения груза переходит с продавца на покупателя в момент фактического перехода товара через поручни судна в порту погрузки. По условию СИФ продавец должен выполнить таможенную очистку товаров на экспорт. Это условие может быть применено только при морских перевозках.

7. СРТ. Провозная плата оплачена до (...поименованного места назначения). Это условие применимо к любым видам перевозок: железнодорожным, автомобильным, морским, авиационным, по внутренним водным путям или смешанным. Перевозчиком груза может быть автопредприятие, железная дорога, авиакомпания, судоходная компания, а также посредник, который принял на себя ответственность в качестве перевозчика-контрактора. Продавец по этому условию обязан заключить за свой счет договор перевозки до согласованного пункта в месте назначения и оплатить провозную плату перевозчику; передать товар на попечение первого перевозчика на его грузовом терминале (складе) и получить грузовую расписку (расписку перевозчика в принятии груза), которая соответствует условиям договора перевозки, но не является товарораспределительным документом; предоставить покупателю транспортный документ (коносамент, накладную или расписку перевозчика), выданный перевозчиком. Продавец обязан произвести очистку товаров для экспорта. Покупатель обязан своевременно указать выбранный им пункт назначения, нести риски в процессе транспортировки. Риск гибели или повреждения товара переходит на покупателя с момента передачи товара первому перевозчику в срок, предусмотренный договором.

8. СІР. Провозная плата и страхование оплачены до (...поименованного места назначения). Это условие применяется к любым видам перевозок. Продавец оплачивает стоимость перевозки до поименованного места назначения, страхует товар и выписывает страховой полис на имя покупателя. Продавец берет на себя очистку товара для экспорта. Продавец передает товар на попечение первого перевозчика и вручает покупателю обычный транспортный документ. Покупатель обязан своевременно назвать пункт назначения и нести риски и расходы в процессе транспортировки това-

ра. Риск случайной гибели или повреждения товаров переходит на покупателя с момента передачи товаров на попечение первого перевозчика.

9. DAF. Поставлено на границе (...в поименованном месте). По этому условию продавец обязан поставить в распоряжение покупателя в срок, обусловленный в договоре, товары, очищенные от экспорта, в поименованный пункт и место на границе до таможенной границы другой страны. Термин “граница” может употребляться для любой границы, включая границу страны экспорта. Поэтому крайне важно, чтобы данная граница была точно определена путем указания наименования пограничного пункта или места на границе. Этот термин обычно применяется, когда товары должны перевозиться по железной дороге или железнодорожным транспортом, но может употребляться и для перевозок любым видом транспорта. Продавец обязан передать покупателю обычный транспортный документ (складской вarrant, доковый вarrant, деливери-ордер), обеспечивающий посредством индоссамента передачу товара покупателю по его приказу на границе. Транспортный документ может быть сквозным, т.е. покрывающим весь путь следования груза - от пункта отправления до пункта назначения, названного покупателем. При прекращении транспортного процесса на границе продавец обязан оплатить обычные расходы по разгрузке товара и предоставить в распоряжение покупателя документы, необходимые для получения им груза на границе. Если процесс транспортировки продолжается, то продавец по просьбе покупателя (за его счет и риск) предоставляет последнему транспортный документ (сквозной документ). Покупатель по этому условию обязан принять товар в поименованном месте поставки на границе и нести ответственность за все его последующие перемещения, выполнить за свой счет все таможенные и иные формальности, нести расходы по выгрузке товара по его прибытии в поименованный пункт поставки на границе. Риск случайной гибели или повреждения товара переходит на покупателя с момента надлежащей передачи товара в его распоряжение в поименованном пункте поставки на границе.

10. DES. Поставлено на судне (...в поименованном порту назначения). При этом условии продавец несет те же расходы по доставке товара,

что и при условии СИФ. Он обязан за свой счет в срок, установленный в контракте, доставить товар в согласованный порт назначения и предоставить его в действительное распоряжение покупателя на борту судна в обычном порту разгрузки таким образом, чтобы имелась возможность переместить товар с судна разгрузочными средствами, соответствующими характеру товара. Продавец должен своевременно известить покупателя о предполагаемой дате прибытия судна и предоставить ему соответствующий документ, необходимый для того, чтобы покупатель мог принять поставку товара. На практике имеют место случаи, когда товары, проданные нескольким покупателям, перевозятся по одному коносаменту. В таких случаях оформляются “деливери-ордера” и производится разбивка коносаментной партии груза. Капитан судна получает указание о выдаче отдельных партий груза держателям “деливери-ордеров”, называемых деловыми коносаменстами. Продавец несет все риски и расходы, попадающие на товар до момента, когда он был в действительности предоставлен в распоряжение покупателя на борту судна в поименованном порту назначения (до выполнения таможенных формальностей). Это условие используется только при морских перевозках.

11. DEQ. Поставлено на пристани (с оплатой пошлины). По этому условию продавец обязан предоставить товары в распоряжение покупателя на пристани (на набережной) в согласованном в контракте порту назначения, в срок, обусловленный в контракте. Продавец несет все расходы по доставке товара на пристань в порту назначения, включая оплату фрахта и расходы по выгрузке товара и расположению его на пристани. Продавец должен также за свой счет предоставить покупателю документы, необходимые для того, чтобы покупатель мог принять поставку товара и вывезти его с пристани. Товары должны быть очищены от импорта. Вопрос об оплате таможенных пошлин решается включением в это условие оговорок: “пошлина оплачена” или “пошлина не оплачена”. В первом случае продавец берет на себя все расходы по оплате таможенных пошлин, налогов и сборов в стране импортера. Во втором случае очистка товаров для импорта осуществляется за счет покупателя. Если стороны намерены исключить из обязанностей продавца суммы,

уплачиваемые при импорте товаров, например НДС, это должно быть оговорено путем добавления соответствующих слов. Покупатель при этом условии несет все расходы и риски, падающие на товар, с момента, когда товар действительно предоставлен в его распоряжение на пристани в согласованном порту назначения. Условие “поставлено на пристани(пошлина оплачена” не может применяться, если продавец не в состоянии прямо или косвенно получить импортную лицензию.

12. DDU. Поставлено без оплаты пошлины (...в поименованном месте назначения). Это условие может применяться независимо от вида транспорта. По этому условию продавец обязан предоставить товары в распоряжение покупателя в поименованном месте в стране импорта. Продавец несет расходы и риски до момента фактической поставки товара в обусловленное место и в срок, указанный в договоре. Он не оплачивает пошлины, налоги и другие официальные сборы, уплачиваемые при импорте, а также расходы и риски по выполнению таможенных формальностей. Покупатель оплачивает дополнительные расходы и несет риски, вызванные несвоевременным проведением таможенной очистки товара для импорта. По желанию сторон продавец может взять на себя выполнение таможенных формальностей и несение вытекающих из этого расходов и рисков, но тогда это должно быть указано добавления соответствующих слов к этому условию.

13. DDP. Поставлено с оплатой пошлины (... в поименованное место назначения). По этому условию продавец должен предоставить товары в распоряжение покупателя в поименованном месте назначения в стране импорта. Продавец несет все риски, расходы по доставке товаров в обусловленное место и в срок, установленный в договоре. Он оплачивает пошлины, налоги и другие сборы, связанные с поставкой товаров в страну импорта, т.е. предоставляет покупателю товары, очищенные для импорта. Продавец передает покупателю документ, чтобы тот мог принять товар (транспортный документ или складское свидетельство). Продавец за свой счет и за свой риск заключает договор перевозки или использует собственные транспортные средства. Обычно это условие применяется к поставке на склад покупателя и является

наиболее благоприятным для покупателя и наиболее обременительным для продавца.

Из всех рассмотренных выше базисных условий наибольшее распространение получили условия СИФ и ФОБ. В практике международной торговли “цена ФОБ” обычно понимается как экспортная цена товара, “цена СИФ” - как импортная.

Продажа товаров на условиях ФОБ и СИФ наиболее приемлема для продавца, так как он в обоих случаях снимает с себя риск случайной гибели или повреждения товара на судно и получения коносамента, а иногда - и с момента принятия товара к погрузке в порту отправления. Продавец получает платеж сразу после поставки товара и предъявления банку соответствующих документов, т.е. задолго до получения покупателем отправленного ему товара. Кроме того, при сделках СИФ продавец получает возможность фрахтовать судно по своему усмотрению и тем самым извлекать дополнительную прибыль за счет разницы между стоимостью фрахта, заложенной в цене, и фактически уплаченной фрахтовщику, а также путем использования зафрахтованного тоннажа для перевозки импортных грузов.

Цены

При установлении цены товара в контракте определяются единица измерения, базис цены, валюта платежа, способ фиксации цены и уровень цены.

Определение единицы измерения. Выбор единицы измерения, за которую устанавливается цена, зависит от характера товара и от практики, сложившейся в торговле данным товаром на мировом рынке. Цена в контракте может быть установлена:

- за определенную количественную единицу (или за определенное число единиц) товара, обычно применяемую в торговле данным товаром (веса, длины, площади, объема, в штуках, комплектах и т.д.) или в счетных единицах (сотня, дюжина);
- за весовую единицу, исходя из базисного содержания основного вещества в товаре (руды, химикалии и др.);

- за весовую единицу в зависимости от колебаний натурального веса, содержания посторонних примесей и влажности.

При поставке товара разного качества и ассортимента цена устанавливается за единицу каждого вида, сорта, марки в отдельности. При поставке по одному контракту большого числа разных по качественным характеристикам товаров, цены на них, как правило, указываются в спецификации, составляющей неотъемлемую часть контракта. При поставках комплектного оборудования цены обычно устанавливаются по позициям на каждую частичную поставку или на отдельные комплектующие части и указываются в приложении к контракту.

Базис цены

При фиксации цены товара большое значение имеет определение ее базиса в отношении места поставки. Базис цены устанавливает, входят ли транспортные, страховые, складские и другие расходы по доставке товара в цену товара. Базис обычно определяется применением соответствующего термина с указанием названия пункта сдачи товара.

Валюта цены

Цена, устанавливаемая в контракте, может быть выражена в валюте страны экспортера, импортера или в валюте третьей страны. При выборе валюты цены на массовые товары большое значение имеют торговые обычаи, существующие в торговле этими товарами. Экспортер стремится зафиксировать цену в относительно более устойчивой валюте, а импортер, наоборот, заинтересован в том, чтобы установить цену в валюте, подверженной обесценению.

Способ фиксации цены

Цена может быть зафиксирована в договоре в момент его заключения, на протяжении срока действия контракта или к моменту его исполнения. В зависимости от способа фиксации различают следующие виды цен:

- Твердая цена (*firm, fixed*) устанавливается в момент подписания контракта и не подлежит изменению в течение срока его действия. Она применяется как в сделках с немедленной поставкой в течение коротко-

го срока, так и в сделках, предусматривающих длительные сроки поставки. В последних обычно делается оговорка “цена твердая, изменению не подлежит”.

- Подвижная цена (*flexible*) - зафиксированная при заключении контракта цена, которая может быть пересмотрена в дальнейшем, если рыночная цена данного товара к моменту его поставки изменится. При установлении подвижной цены в контракт вносится оговорка о повышении и понижении цены. Подвижные цены чаще всего устанавливаются на промышленные, сырьевые и продовольственные товары, поставляемые по долгосрочным по долгосрочным контрактам.

- Скользящая цена (*sliding - scale*) - это цена, исчисленная в момент исполнения контракта путем пересмотра договорной цены с учетом изменений в издержках производства, происшедших в период исполнения контракта. Если контрактом предусматриваются частичные поставки, скользящая цена рассчитывается отдельно на каждую поставку. Скользящие цены применяются в контрактах на товары, требующие длительного срока изготовления. Чаще всего это крупное промышленное оборудование. При подписании контракта в этом случае фиксируется так называемая базисная цена и оговаривается ее структура, т.е. доля в процентах постоянных расходов (прибыль, накладные расходы, амортизационные отчисления и др.), расходов на сырье и материалы и расходов на заработную плату, а также приводится метод расчета скользящей цены, которым стороны будут пользоваться. В контракте может быть предусмотрено, что скольжение цены распространяется не на всю сумму издержек, а лишь на определенные их элементы, не на весь срок, а на более короткий период, так как в течение этого периода поставщик может закупить все необходимые материалы для выполнения заказа. На практике иногда применяется смешанный способ фиксации цены, когда часть цены фиксируется твердо при заключении контракта, а другая часть определяется в виде скользящей цены.

- Цена с последующей фиксацией - цены устанавливаются в указанные сроки на основе согласованных источников, например, биржевых котировок, цен, публикуемых в международных справочниках, индикативных цен при экспорте товаров из Украины.

Уровень цены

При определении уровня цены контрагенты обычно ориентируются на два вида цен: публикуемые и расчетные. Публикуемые цены - это цены, сообщаемые в специальных источниках информации и отражают уровень мировых цен.

Скидки с цены

Публикуемые цены носят преимущественно справочный характер и довольно часто существенно отклоняются от фактически уплачиваемых покупателем цен вследствие широкого применения системы специальных скидок. Размер скидок зависит от характера сделки, условий поставки и платежа, взаимоотношений с покупателем и от конъюнктуры рынка в момент заключения сделки. В настоящее время в практике международной торговли используется около 20 различных видов скидок (за наличный расчет, за постоянные покупки, за количество и серийность, дилерские скидки, сезонные скидки и др).

Если цены не указаны и нет указаний о способе определения цены, то такой договор по законодательству Украины не действителен из-за отсутствия в нем одного из существенных условий.

Условия расчетов

Указывается способ платежа и форма расчетов. Способы платежа определяют соотношение момента оплаты товара к моменту его фактической поставки. Основные способы платежа: наличный платеж, платеж с авансом и платеж в кредит.

Наличный платеж производится через банк до или против передачи экспортером товарораспорядительных документов или самого товара в распоряжение покупателя. Наличный платеж предусматривает оплату товара в полной стоимости в период его готовности для экспорта до перехода в рас-

поряжение покупателя. Он может осуществляться единовременно и по частям.

Платеж с авансом предусматривает выплату покупателем-импортером поставщику-экспортеру согласованных в контракте сумм в счет причитающихся по договору платежей до передачи товара в его распоряжение, а чаще всего до начала исполнения заказа. Авансовый платеж выполняет двоякую функцию: во-первых, он является формой кредитования импортером экспортера; во-вторых, он служит средством обеспечения обязательств, принятых покупателем по контракту. При отказе покупателя принять заказанный товар поставщик имеет право обратить полученный им аванс на возмещение убытков.

Платеж в кредит предусматривает осуществление расчета по сделке на основе предоставленного экспортером импортеру коммерческого кредита. По срокам коммерческие кредиты делятся на: краткосрочные (до 1 года), среднесрочные (до 5 лет) и долгосрочные (свыше 5 лет). Средне- и долгосрочные кредиты предоставляются, как правило, при поставках промышленного оборудования, судов и обычно гарантируется правительственными органами или банками страны экспортера.

Формы расчетов

Основными формами расчетов являются: инкассовая, аккредитивная, по открытому счету, путем телеграфных и почтовых переводов, чековая, вексельная. Подавляющая часть расчетов по международным коммерческим сделкам осуществляется в инкассовой и аккредитивной форме.

Инкассовая форма расчета, или инкассо товарных документов, предполагает передачу экспортером поручения своему банку на получение от импортера определенной суммы платежа против предъявления ему соответствующих товарных документов, а также векселей, чеков и других подлежащих оплате документов. При продаже товара в кредит к инкассовому поручению экспортер прилагает срочную тратту (переводный вексель), выписанную на имя импортера или банк, согласившийся ее акцептовать. Товарные докумен-

ты выдаются импортеру против акцепта тратты. Акцептованная тратта пересылается экспортеру через его банк.

Аккредитивная форма расчета. Аккредитив представляет собой обязательство банка произвести по указанию и за счет покупателя-импортера платеж экспортеру на сумму стоимости поставленного товара против предъявленных экспортером документов. В зависимости от условий различают следующие виды аккредитивов: подтвержденный и неподтвержденный, отзывной и безотзывный, делимый и неделимый, возобновляемый.

При расчетах украинских предприятий с инофирмами в аккредитивной форме и в форме инкассо применяются Унифицированные правила, разработанные Международной торговой палатой. В связи с этим в контрактах делаются ссылки на Унифицированные правила.

Расчет по открытому счету предполагает представление экспортером импортеру товарораспорядительных документов, минуя банк, и зачисление импортером причитающихся сумм платежа на открытый счет в сроки, устанавливаемые по соглашению сторон.

Расчет путем телеграфных и почтовых переводов предполагает передачу перевододателем распоряжения банку перевести определенную сумму платежа в пользу переводополучателя. Банк, принявший такое поручение, выполняет его через своего корреспондента, находящегося в стране переводополучателя. Расчет по переводу считается совершенным после выдачи валюты в распоряжение получателю или при зачислении ее на его счет.

Чековая форма расчета осуществляется путем выдачи чекодателям распоряжения своему банку произвести из имеющихся средств чекодателя выплату определенной суммы чекодержателю или перечисление этой суммы на его счет. Чек может передаваться одним лицом другому путем внесения в него индоссамента (передаточной надписи). Чек может быть выдан в иностранной валюте, если чекодатель имеет счет в банке в этой валюте или, если его банк имеет счета в иностранной валюте у своих зарубежных корреспондентов.

Вексельная форма расчета осуществляется путем использования векселя - простого или переводного. Простой вексель - это обязательство одного лица произвести уплату определенной суммы другому лицу в назначенный срок и в определенном месте. Переводный вексель - это распоряжение одного лица другому лицу уплатить в назначенный срок определенную сумму третьему лицу.

Правовой основой применения в расчетах векселей (тратт) является положение о переводном векселе и простом векселе, утвержденное постановлением ЦИК СНК СССР № 104/1341 от 01.08.1937г., а также инструкции НБУ. Положение о переводном и простом векселе текстуально совпадает с Единообразным вексельным законом, разработанным Женевской международной конвенцией 1930г.

Расчеты за экспортируемые товары в соответствии с украинским законодательством должны осуществляться с применением аккредитивной формы расчетов или предварительной оплаты.

В контракте указывается, против комплекта каких документов осуществляется платеж.

Сроки поставки

Указываются в виде конкретных дат, либо в количестве дней с момента подписания контракта.

В контракт обычно включается четкая формулировка о том, что считается датой поставки. Например: "Датой поставки считается дата штампа на железнодорожной накладной пограничной станции, на которой товар передается железной дорогой страны продавца железной дороге, принимающей товар".

Требования к упаковке и маркировке

В тех случаях, когда по роду товара необходима упаковка, в договор вносится условие, содержащее указание относительно вида и характера упаковки, ее качества, размеров, способа оплаты, а также нанесения на упаковку

каждого места маркировки. Обычно в контракте различают внешнюю упаковку (ящики, контейнеры) - тару и внутреннюю упаковку, неотделимую от товара. При переходе упаковки в собственность покупателя он уплачивает ее цену продавцу.

Порядок определения качества и количества товаров при их приемке покупателем

Под сдачей товара понимается передача товара продавцом во владение покупателя в соответствии с условиями договора. В расходы по сдаче включаются стоимость взвешивания, подсчета, маркировки, упаковки, возможные таможенные сборы. Под приемкой понимается проверка соответствия качества, количества и комплектности товара его характеристике и техническим условиям, указанным в договоре. Сдача и приемка - один акт, который в контракте может быть выражен следующей формулировкой: "Товар считается поставленным продавцом и принятым покупателем...". В контракте обычно устанавливается порядок сдачи-приемки: вид, место, срок, способ проверки качества, способ приемки по количеству, кем осуществляется сдача-приемка. По вопросам, не являющимся предметом приемки товара, произведенной в соответствии с условиями контракта, покупатель может предъявить рекламации - претензии, предъявляемые покупателем к продавцу в связи с несоответствием качества и количества поставленного товара. Рекламация предъявляется в письменной форме и содержит следующие данные: наименование зарекламированного товара, его количество и местонахождение, основание для рекламации, конкретные требования покупателя по урегулированию рекламации. Стороны договора устанавливают порядок предъявления рекламации; сроки, в течение которых рекламация может быть заявлена; права и обязанности сторон в связи с предъявлением рекламации; способы урегулирования..

Ответственность сторон

За невыполнение сторонами принятых на себя обязательств предусмотрены штрафные санкции, которые по своим размерам и порядку должны стимулировать выполнение условий.

В контракте может быть предусмотрено право расторжения контракта одной стороной в случае нарушения условий сделки партнером.

Включение в контракт положений о штрафных санкциях не снимает вопроса о возмещении убытков.

Ограничение ответственности

В контрактах отображается записью о том, что при наступлении обстоятельств непредвиденной силы (“форс-мажорных обстоятельств”) срок обязательств для стороны, на которую воздействуют эти обстоятельства, продлевается на весь период их действия и ликвидации их последствий. Для возмещения материального ущерба в таких случаях в действие вступают институты страхования и государственной поддержки.

Разрешение споров

В этом условии контракта устанавливается порядок разрешения споров, которые могут возникнуть между сторонами и не могут быть урегулированы мирным путем. В большинстве контрактов предусматривается разрешение спора в порядке арбитража.

Кроме вышеуказанных условий в контракты в зависимости от специфики товара могут включаться и другие, например, обязательства сторон получать ввозные и вывозные лицензии, оплачивать таможенные расходы и другие.

3.5. Государственная регистрация субъектов внешнеэкономической деятельности, статистическая отчетность по внешнеэкономическим связям

По существующему в Украине законодательству все субъекты предпринимательства для того, чтобы вступить в хозяйственные отношения в качестве правомочных субъектов, должны пройти регистрацию в местных органах государственной исполнительной власти. Зарегистрированному субъекту предпринимательства присваивается идентификационный код и он

включается в государственный реестр Украины (Общеукраинский классификатор предприятий и организаций).

На основании постановления Кабинета министров Украины от 14.07.1993 г. “О государственном реестре отчетных (статистических) единиц Украины” в государственный реестр включаются:

- все юридические лица на территории Украины, а также юридические лица Украины, которые находятся за ее пределами;
- все находящиеся на территории Украины структурные единицы, которые не являются юридическими лицами и головные организации, которые находятся в другой стране, республике, области, районе;
- все физические лица, которые занимаются предпринимательской деятельностью и проживают на территории Украины, независимо от их гражданства.

Государственная регистрация субъекта предпринимательства осуществляется районной, городской, районной в городе государственной администрацией по местонахождению данного субъекта предпринимательства. Данные о государственной регистрации в 10- дневный срок сообщаются в Министерство финансов и Министерство статистики Украины.

Для государственной регистрации субъектам предпринимательства в соответствующую госадминистрацию предоставляются:

- 1) заявление;
- 2) устав и другие учредительные документы;
- 3) регистрационная карточка.

Регистрационная карточка заполняется в двух экземплярах по строго установленной форме.

Один экземпляр посылается в местный орган статистики, второй остается у отчетной единицы.

В регистрационной карточке фиксируются следующие коды, присваиваемые субъекту предпринимательства:

1. Идентификационный код согласно ОКПО (Общеукраинскому классификатору предприятий и организаций). Код ОКПО заполняется регистри-

рующим органом из серии кодов, выданных областным управлением статистики.

2. Код территории согласно СОАТО (Системе обозначений административно - территориальных объектов).

3. Код формы собственности согласно ОКФС (Общему классификатору форм собственности).

4. Код министерства, комитета, ведомства согласно СООГУ (Системе обозначений органов государственного управления). Код СООГУ указывается только для субъектов с общегосударственной и коммунальной формой собственности.

5. Коды видов деятельности согласно ОКОНХ (Общему классификатору отраслей народного хозяйства).

Государственная регистрация осуществляется не позднее 30 дней со дня подачи заявления с приложением необходимых документов.

При изменении основных положений устава или вида предприятия осуществляется его перерегистрация.

Отказ предприятию в государственной регистрации может последовать по двум мотивам: во-первых, из-за нарушения установленного действующим законодательством порядка их создания; во-вторых, из-за несоответствия учредительных документов требованиям законодательства.

Каждому из зарегистрированных субъектов предпринимательской деятельности выдается свидетельство о внесении их в Государственный реестр отчетных (статистических) единиц Украины .

Проходя государственную, субъекты предпринимательства, которые намерены осуществлять внешнеэкономическую деятельность (в учредительных документах это должно быть отражено), регистрируются в органах статистики и как субъекты внешнеэкономических связей. При этом такие субъекты включаются в реестр статистических единиц, осуществляющих внешнеэкономические связи.

По действующему законодательству все зарегистрированные субъекты предпринимательства Украины обязаны осуществлять оперативный и

бухгалтерский учет результатов своей производственно- хозяйственной деятельности, вести статистическую отчетность. Это отражено в законах Украины “О предприятии”, “О хозяйственных обществах”, “О государственной статистике”, “О внешнеэкономической деятельности” и в ряде других документов.

Учет и статистика основываются на обязательном и систематическом представлении всеми субъектами предпринимательства достоверных сведений по установленным формам и в установленные сроки.

Существуют следующие формы государственной статистической отчетности в области внешнеэкономических связей:

1. Отчет об экспорте (импорте) товаров, которые не проходят таможенного декларирования.
2. Отчет об экспорте (импорте) услуг.
3. Отчет предприятий (организаций) об инвестициях из Украины в экономику других стран.

Контрольные вопросы:

1. Предприятия в условиях международной конкуренции.
2. Современные методы управления. Исследование рынка как основа международного маркетинга.
3. Показатель емкости рынка.
4. Основные показатели, влияющие на изменение предложения товаров.
5. Регистрация субъектов предпринимательской деятельности- как основное звено внешнеэкономического комплекса страны.
6. Опыт управления внешнеэкономической деятельностью, накопленный специализированными внешнеторговыми организациями.
7. Вертикальные маркетинговые системы.
8. Изучение коммерческой практики.
9. Способы проникновения на зарубежные рынки.
10. Факторы, оказывающие влияние на организацию работы за рубежом.
11. Оценка конкурентоспособности товара.
12. Определение типового контракта в международной практике.
13. Роль торговых обычаев при разрешении споров.
14. Регистрация контрактов- одно из направлений регулирования внешнеэкономической деятельности на уровне региона.
15. Документы, предоставляемые для регистрации внешнеэкономического договора.
16. Общие требования к составлению контракта.
17. Содержание контракта купли- продажи.

ГЛАВА 4. ПРАКТИКА ЭКСПОРТНО- ИМПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ

4.1. Операция как форма внешнеэкономической деятельности.

Одним из важнейших направлений перестройки механизма внешнеэкономических связей является переход от преимущественно внешнеторговых операций к разностороннему международному сотрудничеству, производственной и научно-технической кооперации отечественных предприятий и организаций с зарубежными партнерами, создание совместных предприятий.

Наиболее традиционной и распространенной формой внешнеэкономической деятельности предприятий являются внешнеторговые операции.

Среди этих операций различают три основных вида:

- импортная операция - приобретение товара у иностранного продавца с завозом в страну покупателя;
- экспортная операция - продажа товара иностранному покупателю с вывозом из страны продавца;
- реэкспортная операция - приобретение товара у иностранного продавца с завозом в страну импортера с целью последующей перепродажи его без переработки иностранному покупателю.

Внешнеторговые операции - это комплекс основных операций, т.е. внешнеторговых договоров по обмену товарами, и вспомогательных, или обеспечивающих, операций по транспортировке грузов, их страхованию, финансированию самих операций, расчетам между продавцами и покупателями, гарантированию их взаимных обязательств, а также таможенные и другие операции.

К обеспечивающим операциям также относятся агентские соглашения с посредниками, поставщиками экспортных и заказчиками импортных товаров, с рекламными агентствами и организациями, исследующими конъюнктуру рынков.

В зависимости от сложности основной операции импортеры и экспортеры совершают как самостоятельно, так и с привлечением других фирм и организаций на одну основу до 10 и более операций.

Расчеты между контрагентами внешнеторговых сделок обычно производятся как наличными, так и заемными денежными средствами.

С целью сокращения валютных затрат на импорт крупных партий технологического оборудования для промышленных объектов в международной практике широко применяются компенсационные сделки, по условиям которых кредиты, предоставляемые фирмами промышленно развитых стран, погашаются поставками продукции с этих предприятий. Возможно также и частное денежное погашение.

Другим способом сокращения валютных затрат являются бартерные (товарообменные) сделки, при которых один товар обменивается на другой без непосредственного участия денег как средства платежа в количественных пропорциях, определяющихся условиями мирового рынка.

Этот способ расчетов находит широкое применение.

Через внешнеэкономические связи осуществляется международное разделение труда, имеющее целью экономию общественного труда в процессе производства и обмен его результатами между различными странами.

Международный обмен товарами экономически целесообразен для страны, если она затрачивает на производство экспортных товаров меньше общественного труда, чем должна затратить на производство товаров взамен импортируемых на средства, вырученные от экспорта.

Из этого определения экономической сущности внешнеторгового обмена следует ряд выводов.

Международный обмен товарами может быть выгоден всем странам при условии правильного формирования структуры экспорта и импорта.

Участие в международном разделении труда позволяет достигать поставленные экономические цели при меньших затратах общественного труда.

Следовательно, в целях ускорения социального и экономического развития страны необходимо увеличивать масштабы внешнеторгового обмена.

Экспорт первичен. Для того, чтобы страна получила возможность иметь экономические выгоды от участия в международном разделении труда, она должна обладать необходимыми экспортными ресурсами и быть способ-

ной реализовать их на внешнем рынке с целью получения иностранной валюты для осуществления импортных операций.

В этой связи большое значение имеет принцип валютного самофинансирования и самоокупаемости, введенный в практику внешнеэкономических связей еще советских хозяйственных организаций.

Для достижения наибольшего экономического эффекта от участия в международном разделении труда следует развивать экспорт той продукции, которая позволяет получить наибольшую валютную выручку на единицу затрат общественного труда, и импортировать те товары, собственное производство которых потребовало бы наибольших затрат общественного труда на единицу затрачиваемых валютных средств.

В результате сложившихся в мировой экономике стоимостных пропорций наибольший эффект достигается от экспорта наукоемкой готовой продукции.

Как свидетельствуют данные ООН, в настоящее время около 40% международного товарооборота приходится на сырьевые товары и более 60% - на готовую промышленную продукцию.

В структуре отечественного экспорта сложилось обратное соотношение: доля сырьевых товаров составляет 65-70%, готовая продукция - 30-35%.

Как следует из понятия экономической целесообразности внешнеторгового обмена, о ее величине можно судить путем сопоставления общественных затрат труда на производство экспортной продукции с затратами, которые были понесены при самостоятельном производстве продукции взамен импортируемой.

Такую оценку экономической эффективности используют центральные планирующие органы при формировании товарной структуры экспорта и импорта.

Для оценки экономической эффективности деятельности внешнеторговых организаций используются показатели валютной (бюджетной) эффективности.

Исходными данными для подсчета таких показателей располагают поставщики экспортной продукции, заказчики импортных товаров и внешнеторговые организации.

В основе чистой валютной выручки и полных валютных затрат лежат внешнеторговые цены, близкие к ценам мирового рынка, которые под влиянием конкуренции колеблются вокруг стоимости, отражающей общественно необходимые затраты труда на производство продукции.

Основными составляющими полных затрат на экспорт и стоимости реализации импортированных товаров являются внутренние оптовые или договорные цены, которые в большинстве случаев носят затратный характер и не отражают общественно необходимые затраты на производство продукции в условиях украинской экономики.

Более того, при пересчете иностранной валюты в национальную валюту и обратно используются официальные курсы Национального банка Украины, не отражающие действительного соотношения покупательной способности иностранных валют и внутренней гривны.

По показателям экспортной и импортной эффективности весьма сложно определить экономическую целесообразность внешнеторговой операции, поскольку не известно, насколько оптовые или договорные цены отклоняются от стоимости товаров, и, во всяком случае, нельзя ориентироваться на соотношения, равные единице.

Экономическая целесообразность экспорта для одних товаров может возникать при показателе эффективности не ниже, например, 0,5, для других - выше единицы.

При стабильности внутренних оптовых цен по динамике показателей эффективности можно судить лишь об уровне коммерческой работы внешне-торговых объединений.

Совершенствование внутреннего ценообразования и приближение курсов Нацбанка Украины к величинам, отражающим действительное соотношение покупательной способности иностранных валют и гривны, позволит

с помощью показателей эффективности оценивать действительную целесообразность внешнеторговых операций.

Для соблюдения государственных интересов экономическая целесообразность экспортных и импортных операций может быть проведена отраслевыми и центральными планирующими организациями по показателям экономической эффективности на народнохозяйственном уровне.

4.2. ЦЕНЫ ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНЫХ ТОВАРОВ.

Безубыточность внешнеторговой операции до многом зависит от того, какую валюту, в какое время, в каком месте и в какой форме получит экспортер (уплатит импортер), то есть какие из условий будут способствовать своевременному получению платежа в размере, зафиксированном в контракте.

Совокупность перечисленных позиций и элементов объединяется понятием валютно-финансовых условий контракта. Роль этих условий в практике внешнеторговых расчетов особенно возросла с появлением процессов кредитования экспортно-импортных сделок и нестабильности валютных рынков, что увеличило степень риска кредитора.

Таким образом, валютно-финансовые условия согласования контракта между экспортером и импортером включают не только принципы и нормы расчетов, но также выбор валюты, цены и платежа, систему страхования риска валютных потерь и различного рода гарантии от неплатежа или необоснованной его задержки.

Валютные условия контракта неразрывно связаны с его основным содержанием (количеством, качеством, ассортиментом поставляемой продукции) и предполагают прежде всего обоснованный выбор валюты, в которой будет определяться цена и совершаться платеж.

Для обеспечения наиболее выгодных для любого из партнеров валютных условий контракта и прежде всего правильного обоснования выбора валюты цены и платежа необходимо тщательно отслеживать состояние валют-

ных курсов как на международных, так и на внутренних валютных рынках стран- контрагентов, прогнозируя направления их изменений.

Определение валюты цены. Экспортер, реализуя продукцию, заинтересован в получении твердой устойчивой валюты.

Поэтому для фиксации цены в контракте может быть избрана любая из СКВ импортера или третьей страны, которая используется в международных расчетах.

Валюта цены может быть установлена, исходя из межгосударственных и торговых соглашений, предусмотренных между странами, а кроме того, согласно сложившимся в международной практике правилам и обычаям - в зависимости от способов реализации на мировом рынке конкретных товаров (через международные биржи или аукционы).

Например, на такие биржевые товары, как нефть, каучук, зерно и т.п., котировка цен публикуется в биржевых бюллетенях в долларах США или фунтах стерлингов.

Соответственно и в контракте экспортные цены должны быть зафиксированы в той же валюте.

При выборе предполагаемой валюты цены необходимо стремиться к сокращению возможного пересчета валют при совершении платежа, что достигается фиксацией цены и платежа в одной и той же валюте.

Однако при совершении внешнеторговых сделок с партнерами из государств, располагающих конвертируемой валютой, необходимо фиксировать в контракте цены в валюте третьих стран и выполнять пересчет валют.

При этом множественность валютных курсов требует предельной точности при формировании условий пересчета валюты цены в валюту платежа, чтобы исключить возможность потерь.

В качестве курса пересчета принимают обычно текущий рыночной валютный курс на день платежа или предшествующий ему день.

В противном случае могут возникнуть потери для экспортера, например при использовании курса момент заключения контракта.

При определении курса пересчета валют необходимо учитывать разную направленность интересов экспортера и импортера: экспортер стремится к более высокому курсу валюты платежа, а импортер заинтересован в обратном.

В связи с этим в международной практике предусматривается компромиссный вариант, предполагающий использование в порядке пересчета валют курса телеграфного перевода (или курса продавца), действующего в той стране, в валюте которой производится платеж, как более выгодный для экспортера, и среднего курса продавца и покупателя (среднеарифметической величины).

Последний вариант более выгоден для покупателя.

Стремление избежать финансовых потерь в процессе пересчета курса валют вынуждает партнеров при согласовании валюты цены и валюты платежа не только учитывать конъюнктуру товарного рынка, характер товара и торговые обычаи, но и предусматривать конкретные меры, предупреждающие возможные потери.

Иначе может оказаться, что указанная в контракте цена будет ниже фактически понесенных расходов на изготовление продукции.

Международной практике известны случаи, когда в отдельные годы колебания курсов валют достигали 20-30%, чего нельзя не учитывать в процессе согласования внешнеторговых контрактов как экспортером, так и импортером.

Страхование риска валютных потерь. Валютные потери чаще всего появляются при исполнении экспортных контрактов, рассчитанных на длительные сроки поставки, например, машин и оборудования, или при продаже на условиях кредита.

Поэтому одним из способов нейтрализации валютных рисков служит сокращение сроков между заключением сделки и осуществлением платежа.

В числе специальных мер выступают защитные и валютные оговорки.

Защитные оговорки построены на принципе увязки размеров платежей с изменениями, происходящими на валютных и товарных рынках. К оговоркам относятся:

раничению валютных рисков оговорками стремятся прежде всего экспортеры, придавая им двусторонний характер.

Особенно часты защитные оговорки при заключении контрактов с партнерами из развивающихся стран, валюта которых неконвертируема.

Для отечественных экспортеров, однако, не меньший риск представляют контракты с партнерами из западных стран, поскольку использование во внешнеторговых расчетах в основном их национальной валюты во многом повышает валютные риски украинской стороны.

Двусторонние оговорки предусматривают, пересчет суммы платежа в случае изменения курса валюты платежа.

Они дают возможность предстоящие убытки или выгоды в равной степени распространить на обоих партнеров внешнеторговой сделки.

Односторонние оговорки защищают интересы лишь одной из сторон, поскольку предусматривают пересчет суммы платежа только в случае повышения (или понижения) валютного курса.

Прямая валютная оговорка (на базе текущего валютного курса) применяется при совпадении валюты цены и платежа, ставя при этом в зависимость цену товара и сумму платежа от курса другой, третьей, валюты.

Например, если валюта цены и платежа фиксируется в шведских кронах, а цена и сумма платежа ставятся в зависимость от курса марки Германии.

Однако эта форма оговорки малоэффективна в условиях интенсивного обесценивания валют (плавающих валютных курсов).

Простейшей формой валютной оговорки выступает косвенная (на базе текущего валютного курса). Она применяется в случае когда предусматривается фиксация экспортной цены в более стабильной валюте (например, швейцарский франк), а последующий платеж в более слабой валюте.

Такая форма оговорки довольно часто используется отечественными экспортерами. Для повышения эффективности валютных оговорок *применяется мультивалютная оговорка*, предусматривающая пересчет суммы пла-

тежа в случае изменения средне арифметического курса набора нескольких наиболее устойчивых валют по отношению к валюте платежа

Подобная форма позволяет избежать, жесткой зависимости от одной из конвертируемых валют, однако она отличается громоздкостью расчетов и практически заменена оговоркой об изменении суммы платежа, в зависимости от колебания курса ЭКЮ (ЕВРО) и SDR.

Один из возможных методов сохранения покупательной способности валюты - *индексные оговорки*, ориентированные на изменение суммы платежа в зависимости от движения общего (или отдельных) индекса цен.

Однако у них есть недостаток - эти индексы часто не отражают реального движения цен на конкретный товар, являющийся предметом внешне-торговой сделки, и поэтому применяются довольно редко.

Кроме перечисленных, *используются оговорки о скользящих ценах (эскалаторные)*, которые предусматривают фиксацию в контракте условной цены с последующими пересмотром в зависимости от изменения ценообразующих факторов.

Своеобразными защитными формами от обесценивания валют служат, некоторые виды внешнеторговых и валютных сделок - компенсационные, товарообменные, а так же фьючерсные и форвардные.

Фьючерсные валютные сделки (от англ. Future - будущий – один из основных видов сделок на товарных биржах. Ф.с. – торговля не товарами, а контрактами. В отличии от форвардных сделок. Ф.с. имеют целью куплю-продажу стандартных контрактов на поставку биржевого товара. Цель участников Ф.с., как правило, состоит не в приобретении товаров, а в игре на разнице цен) - выступают в качестве элемента страхования от валютных рисков и заключаются банком по просьбе своего клиента - заявителя.

Эти сделки сводятся к покупке на валютной бирже банком (по текущему курсу) обязательства по выплате указанной заявителями валюты к сроку предстоящего платежа.

Риск обесценения приобретаемой валюты принимает на себя продавец такого обязательства. В случае повышения курса данной валюты банку-продавцу гарантирована прибыль.

За совершение фьючерсных сделок банк взимает с клиента комиссионные по установленному курсу.

В отличие от фьючерсных, форвардные контракты продаются банками. Смысл *форвардных сделок* (от англ. Forvard – опережающий – разновидность биржевых сделок. Ф.с. относятся к операциям с реальным товаром, но с поставкой его покупателю не немедленно, а в будущем (на срок). Ф.с. выгодны как продавцам, так и покупателю. Продавец получает деньги авансом и может использовать их на срочные нужды, а покупатель гарантирует себе поступление нужного товара) заключается в обязательности исполнения сторонами условий контракта - купить или продать валюту по форвардному курсу, фиксированному на определенную дату.

Отличаются они друг от друга тем, что при фьючерсной сделке контракт может быть не исполнен, если его выкупить, в то время как при форвардной такой возможности нет.

Заключая его, банк взимает с клиента в качестве залога страховой взнос. При этом размер страхового вноса назначается с учетом покрытия возможных убытков банка в случае неисполнения клиентом своих обязательств, что является крайне невыгодным для последнего.

4.3. Проблемы экспортных поставок Украины и антидемпинговой политики стран-партнеров.

Прежде чем непосредственно говорить о антидемпинговых процессах, возбужденных против Украины в 90-х годах, необходимо вспомнить некоторые события, происшедшие давно и, на первый взгляд, не имеющие никакого отношения к теме. Но, если хорошо разобраться, именно эти события в определенной мере стали причиной сложившейся ныне ситуации.

Итак, после второй мировой войны среди участников международных переговоров широкое распространение получила идея о том, что страны третьего мира в своей внешней торговле должны руководствоваться иными, чем высокоразвитые страны, правилами. Начиная с 50-х годов развивающиеся государства все больше набирали силу - значительно повысилась их доля в численности населения и мировом производстве. Проблема неравенства в распределении доходов стала очевидной. Поэтому страны третьего мира поставили перед собой цель добиться перераспределения дохода мирового производства в их пользу.

Конкретное воплощение этой идеи начало осуществляться в 1964 году, когда в Женеве была созвана первая конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД), дабы способствовать внедрению в жизнь нового экономического порядка в мире. Главное требование ЮНКТАД заключалось в установлении торговых барьеров на пути промышленного экспорта развивающихся стран. Однако именно это встретило максимальное неприятие индустриально развитых стран, в первую очередь США и Европейского сообщества. Со временем последние несколько сдали свои позиции и предоставили определенные возможности развивающимся странам. Однако, мало того, что преимущества предоставлялись в жестких рамках импортных квот, ведущие страны воздвигли множество новых импортных барьеров, тем самым сведя на нет старания развивающихся стран завоевать свое место под солнцем.

То есть, новичков на мировом рынке никто не ждет. А таким новичком является и Украина. Украина, как в свое время страны третьего мира, только начинает выходить на мировой рынок. Правда, при этом она встречает намного более сильное противодействие, поскольку в отличие от стран третьего эшелона, в большинстве своем являющихся поставщиками сырьевых и сельскохозяйственных ресурсов, посягнула на некоторые сегменты рынка промышленно развитых государств, представив высоколиквидные товары.

Это и заставило зарубежных производителей под очень удобным лозунгом защиты национальных интересов объявить Украине так называемую демпинговую войну с целью поставить на место “зарвавшуюся” молодую страну.

При этом методы борьбы давно известны и отлично отшлифованы, поскольку как в Америке, так и в Европейском сообществе прямые конкуренты украинских товаропроизводителей имеют богатейший опыт протекционистской политики, главный козырь которой - антидемпинговые процессы.

При ближайшем ознакомлении с антидемпинговыми процессами в отношении Украины становится очевидным, что они просто суть дискриминация Украины и откровенная попытка ее допущения на международный рынок. Примером тому - антидемпинговые процессы, проводимые США против украинских металлургов.

Немного истории. Две мировые войны, разрушив производство в Европе, России, Украине и Японии, выдвинули Соединенные Штаты к началу 50-х годов в число Ведущих производителей и экспортеров стали. Но к концу 50-х годов сравнительное преимущество США начало исчезать. Ее главный соперник - Япония - постепенно наращивая мощности, смог захватить лидерство в производстве и экспорте этой продукции.

В конце 70-х годов Америка окончательно утратила первенство в производстве стали и начала осуществлять в отношении сталелитейной промышленности мощную протекционистскую политику. Это послужило толчком для дальнейшего (истоки американского протекционизма восходят еще к началу 20-х годов) развития системы защиты и некоторых других промышленных отраслей, не способных конкурировать с дешевым и качественным импортом.

С июля 1991 года начали проводиться антидемпинговые расследования в отношении импорта товаров происхождения из Украины. Фактически речь шла еще о продукции, которая импортировалась Советским Союзом. Однако окончательные санкции были применены к Украине. Мало того, не-

которые антидемпинговые меры, которые действовали против Советского Союза, до сих пор действуют против Украины.

До сих пор антидемпинговые расследования в отношении украинских товаров провели США, Европейское Сообщество, Канада, Мексика, Индия. В результате введения в Америке в 1992-1993 годах антидемпинговых пошлин на импорт украинского урана завод в Желтых Водах сократил его производство на одну треть.

В результате тех же мер на 30-40% сузился американский рынок ферросилиция, что также повлекло значительное сокращение производств Запорожского и Никопольского заводов.

И, наконец, антидемпинговые меры закрыли рынок для титаномагниевого производства - это, по западным оценкам, потеря 10 тыс. тонн экспорта магния ежегодно.

Но в последнее время была отмечена еще одна тревожная тенденция.

Недавние антидемпинговые расследования в Мексике и Индии создали прецедент, когда Украину рассматривали как части некоего таможенного союза под названием СНГ. Это давало возможность министерствам торговли “обиженных” стран, применив антидемпинговые санкции, против продукции, например, российского происхождения, заодно на будущее устанавливать антидемпинговые пошлины и для Украины.

При этом грубо нарушаются правила ГАТТ, согласно которым ответственность за демпинг должен нести конкретный субъект предпринимательской деятельности, а не государство. Не имеющее, тем более, к этому никакого отношения.

Устранение конкурента делается таким образом, если вернуться к упомянутым антидемпинговым процессам в Америке, то это выглядит так. Осуществив импорт продукции промышленности на американский рынок, украинские производители встретили яростное сопротивление заинтересованных импортеров и местных продуцентов. Продукция Украины, предлагаемая американским потребителям, оказалась существенно дешевле аналогов местного производства. Этого было достаточно для возбуждения анти-

демпингового расследования против Украины. Аналогичная ситуация сложилась и в отношении импортной продукции, поставляемой в Европейское сообщество.

Согласно экономическим канонам, демпинг - это международная дискриминация в ценах, при которой экспортирующая фирма продает свой товар на каком-либо одном зарубежном рынке дешевле, чем на другом, обычно отечественном.

При этом предполагается, что наносится урон внутреннему производителю импортирующей страны.

Впрочем, если при расследовании оказывается, что цена экспортируемой продукции больше, чем ее себестоимость, антидемпинговый процесс прекращается. Это значит, что процент, например, благодаря повышению производительности труда или введению новых технологий, смог понизить себестоимость продукции, а значит, и его цену. Если же для вытеснения конкурентов с рынка производитель устанавливает цену на товар ниже его себестоимости, тогда можно говорить об осуществлении демпинга.

Но во время антидемпинговых расследований в отношении украинских экспортных товаров компетентные органы как в США, так и ЕС для определения их себестоимости не использовали внутренние цены Украины, поскольку, по их мнению, Украина не является страной с рыночной экономикой.

В таких случаях министерства торговли США для сравнения используют внутренние цены или расходы на производство так называемой “суррогатной” страны, которая должна иметь производство аналогичной продукции и соответствие производственных процессов. В случае с Украиной такими странами посчитали Бельгию, Австралию и Норвегию. Естественно, результаты сравнения себестоимости производства украинской продукции с себестоимостью этих стран были не в пользу Украины. Демпинговая маржа (разница “суррогатной” себестоимости и экспортной цены украинской продукции) оказывалась, как правило, значительной, а ведь она используется как исходная точка для определения демпинговой пошлины на ввоз украинских

экспортных товаров, которая, как свидетельствует опыт, иногда превышала 100% цены украинского экспортного товара.

Последствия антидемпинговых процессов самые отрицательные. В результате антидемпинговых санкций и закрытия зарубежных рынков сокращается экспортноориентированное производство, что повлечет за собой:

значительную утрату рабочих мест;

существенное уменьшение валютных поступлений от экспорта;

отсутствие инвестиций в производство высоколиквидной продукции, поскольку ни один инвестор не захочет вложить деньги в экспортную отрасль, для которой закрыт зарубежный рынок;

угрозу возбуждения антидемпинговых расследований против украинских экспортеров в других странах, которые получили пример безнаказанной дискриминации Украины.

Может ли Украина повлиять на позитивное разрешение антидемпинговых процессов, развернутых против нее. По некоторым оценкам, пока и здесь существует ряд причин:

1) Отсутствие реальной приватизации.

2) Украина не является членом ГАТТ/ВТО, что исключает объективное антидемпинговое расследование. Присоединение к ВТО позволит принимать активное участие в них.

3) Украина не имеет протекционистской защиты. Несколько статей в Законе “О внешнеэкономической деятельности”, в которых указывается о демпинге и ответных мерах на дискриминацию Украины со стороны иностранных государств, носят декларативный характер.

4) Применение ответных мер Украиной предполагает, в первую очередь, введение тарифа на импортную продукцию из других стран. Принятие достаточно существенных торговых ограничений в современных условиях маловероятно, поскольку импортная продукция занимает значительную часть некоторых сегментов рынка Украины. Особенно это касается товаров народного потребления. В этой сфере внутренние производители пока не могут предложить чего-либо взамен;

5) Украинские экспортеры, являясь новичками в международной торговле, в отличие от их коллег из Японии, Европейского сообщества или нескольких стран третьего мира не имеют лоббистской поддержки в Вашингтоне.

Таким образом, в настоящее время имеет место следующее явление: Украина, уверенно заявляющая о себе на международном политическом уровне, до сих пор остается для мира новичком в экономическом отношении. Как свидетельствует мировой опыт, обрести опыт, занять достойное место на мировом рынке - можно двумя путями:

производить пользующуюся спросом на рынке продукцию, но дешевле, чем у других, или создать новые, до сих пор не производившиеся высококачественные товары.

Пока Украина пыталась идти в основном по первому пути, результат - известен.

Контрольные вопросы:

1. Операция как форма внешнеэкономической деятельности.
2. Основные виды операций.
3. Цены экспортно - импортных товаров.
4. Валютные условия контракта.
5. Определение цены валюты.
6. Страхование риска валютных потерь.
7. Оговорки в контракте.

ГЛАВА 5. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

5.1. Факторы, определяющие эффективность функционирования системы менеджмента внешнеэкономической деятельности предприятия

В современных условиях демополизации внешнеэкономической деятельности предприятие – основное звено внешнеэкономического комплекса страны.

В соответствии с действующим законодательством Украины предприятие – это самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный в определенном порядке для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Согласно этому законодательству предприятие имеет право самостоятельно определять формы, методы и объемы работы на внешнем рынке, а также полностью несет ответственность за результаты своей деятельности. В этой связи предприятия остро нуждаются в налаживании собственной эффективной системы управления внешнеэкономической деятельностью, которая была бы адекватна современным требованиям и условиям, учитывала динамику конъюнктуры международного и внутреннего рынков, основывалась на принципах адаптивности и обеспечивала достаточную гибкость и быстрое действие в принятии решений.

Для систематизации и анализа внешнеэкономической деятельности производственно-экономических систем, функционирующих в рыночных, т.е. в изменяющихся условиях реализации целей своего существования и развития, целесообразно выделить определяющие составляющие (доминанты), оказывающие влияние на систему внешнеэкономической деятельности предприятий.

Доминанты (от латинского *dominants (dominantis)* господствующий, главенствующая идея, основной признак или важнейшая составная часть чего-либо) внешнеэкономической деятельности предприятия определяются прежде всего стратегическими и тактическими целями функционирования

предприятия, которые в отдельно взятые периоды времени чаще всего не совпадают.

Так как стратегическая цель создания и поддержания конкурентного преимущества, роста прибыли и обеспечения необходимых доходов для тех, кто приобретает акции предприятия, как правило, далеко не совпадает, например, с тактической целью обеспечения требуемого уровня продаж на определенном рынке или завоевания определенной ниши рынка, то и доминанты системы внешнеэкономической деятельности предприятия, требуют деления на стратегические и тактические.

Стратегические доминанты – это составляющие, которые определяют влияние на систему внешнеэкономической деятельности предприятия при реализации стратегических целей его функционирования, а тактические доминанты – это основные составляющие, которые определяют влияние на систему внешнеэкономической деятельности предприятия при реализации тактических целей его функционирования.

Таким образом, стратегические доминанты влияют на достижение долгосрочных целей внешнеэкономической деятельности предприятия, а тактические – краткосрочных целей.

В свою очередь, стратегические и тактические доминанты внешнеэкономической деятельности определяются влиянием как внешних, так и внутренних факторов, оказывающих влияние на функционирование предприятия.

К внешним факторам, определяющим стратегические и тактические доминанты внешнеэкономической деятельности предприятия, относятся:

- внешнеэкономическая политика государства – экспортера;
- мировая хозяйственная ситуация;
- политическая, экономическая и маркетинговая ситуация в странах, входящих в зоны внешнеэкономической деятельности предприятия.

Основной особенностью внешних факторов является их инвариантность по отношению к стратегической и тактической деятельности предприятия. Нарушение инвариантности, т.е. оказание воздействия на структуру и

степень влияния внешних факторов связаны с огромными затратами предприятия и под силу только мощнейшим производственно-экономическим системам, поддерживаемым протекционистской политикой государства.

Поэтому при построении системы управления внешнеэкономической деятельностью предприятия, внешние факторы будем считать условно инвариантными по отношению к деятельности предприятия, предполагая, что их необходимо знать, анализировать и учитывать при принятии решений.

К внутренним факторам, определяющим стратегические и тактические доминанты внешнеэкономической деятельности предприятия, относятся:

организационная структура предприятия;

информационное обеспечение внешнеэкономической деятельности предприятия (качество информации, быстрота получения информации);

качество макроэкономического анализа ситуации в стране-экспортере;

способность к качественному анализу конъюнктуры рынков товаров, позволяющая своевременно и эффективно удовлетворять обнаруженные потребности в продукции, услугах;

способность к эффективной производственной диверсификации;

необходимый уровень адаптивных качеств, позволяющих гибко реагировать на изменения внешнего рынка (технологическая, ресурсная, организационная гибкость предприятия, как производственно-экономической системы);

обеспечение необходимого уровня конкурентоспособности товара, требуемого для существующих и перспективных сегментов рынка;

способность производственно-экономической системы в наиболее полном и эффективном использовании имеющихся в распоряжении и приобретаемых для будущего производства всех видов ресурсов;

способность обеспечения высокоэффективного функционирования предприятия посредством наиболее рационального использования его инвестиционного потенциала;

организация четкой синхронизации работы организационных, производственных и транспортных звеньев предприятия при выполнении экспортных заказов;

принципы и формы работы специалистов в сфере внешнеэкономической деятельности.

Внешние и внутренние факторы формируют доминанты внешнеэкономической деятельности предприятия. Анализ вышеперечисленных факторов позволил определить общую структуру для стратегических и тактических доминант внешнеэкономической деятельности предприятия, которая включает следующие составляющие:

Потенциал зарубежного рынка. Эта составляющая прежде всего характеризуется объемами возможных продаж предприятиями – экспортерами, а также показателями темпа изменения емкости зарубежного рынка.

Внешиэкономическая политика стран-экспортеров и стран-импортеров. Эта составляющая характеризуется параметрами экспортно-импортных барьеров, законодательной средой, политическими факторами.

Конкурентное преимущество предприятия, которое определяется факторами, сформировавшимися в стране базирования предприятия и отражает продуктивность использования всех видов ресурсов. Продуктивность использования ресурсов прямо связана со снижением издержек производства, с одной стороны, и с увеличением адаптивных качеств функционирования предприятия, с другой стороны.

Система, обеспечивающая возможность своевременного и адекватного отражения ситуаций, складывающихся на внешнем рынке. Эта система включает сканирование и мониторинг внешнего рынка, а также прогноз складывающихся ситуаций.

Система синхронизации работы всех звеньев предприятия по обеспечению эффективности исполнения экспортных функций. Эта составляющая является специфической и характерна для производителей – экспортеров, являющихся крупными промышленными комплексами.

Исполнение экспортного заказа, как правило, связано с четким выполнением и согласованием графиков производства, формирования, транспортировки и доставки точно в срок экспортной поставки продукции.

Не вызывает сомнения, что принятие решений в области управления внешнеэкономической деятельностью требует прежде всего активного маркетингового типа мышления.

Под маркетингом понимается такая система внутрифирменного управления, которая направлена на изучение и учет рыночного спроса, потребностей и требований конкретных потребителей к продукту для более обоснованной ориентации научно-технической и производственно-сбытовой деятельности фирмы на выпуск конкурентоспособных видов продукции с тем, чтобы обеспечить получение планируемого размера прибыли.

Концепция маркетинга состоит в том, что вся деятельность предприятия, включая программы научно-технических исследований, производства, капиталовложений, финансы, использование рабочей силы, а также программы сбыта, технического обслуживания и т.д., основывается на современном состоянии потребительского спроса и прогнозировании его изменений в перспективе.

Применение данной философии действия предполагает 2 направления активности фирмы:

1) Систематический и постоянный анализ потребностей и требований ключевых групп потребителей, а также разработка концепции эффективных товаров или услуг, позволяющих компании обслуживать выбранные группы покупателей лучше, чем конкуренты и тем самым обеспечивающих изготовителю устойчивое конкурентное преимущество. Таков *круг задач стратегического маркетинга*.

2) Организация сбыта, продаж и политики коммуникаций для информирования потенциальных покупателей и демонстрации отличительных качеств товара при снижении издержек на поиск покупателей. Такова *роль операционного маркетинга*.

Оба эти подхода дополняют друг друга и находят свое конкретное воплощение в рамках маркетинговой политики фирмы.

Операционный маркетинг – это активный процесс с краткосрочным горизонтом планирования, направленный на уже существующие рынки.

Это классический коммерческий процесс получения заданного объема продаж путем использования тактических средств, относящихся к товару, сбыту, цене и коммуникации. Основная цель операционного маркетинга - генерация доходов от продаж, то есть целевой оборот. Это означает “продавать” и получать заказы на закупку путем использования наиболее эффективных методов продаж при одновременной минимизации издержек.

Цель достижения определенного объема продаж трансформируется в производственную программу для отдела операций и в программу хранения и физического сбыта для отдела продаж. Таким образом, операционный маркетинг является определяющим элементом, который непосредственно влияет на краткосрочную рентабельность фирмы.

Активность операционного маркетинга - решающий фактор в деятельности фирмы, особенно на тех рынках, где конкуренция обострена.

Любой товар, обладающий даже превосходным качеством, должен иметь цену, приемлемую для рынка, быть доступным в сбытовой сети, приспособленным к привычкам целевых потребителей, и иметь коммуникационную поддержку, способствующую продвижению товара и подчеркивающую его отличительные качества.

Итак, операционный маркетинг – это коммерческий рычаг фирмы, без которого даже наилучший стратегический план не может привести к удовлетворительным результатам.

Однако очевидно, что без солидной стратегической базы абсолютно рентабельного операционного маркетинга не бывает.

Стратегический маркетинг – это прежде всего анализ потребностей физических лиц и организаций.

Роль стратегического маркетинга заключается в прослеживании эволюции заданного рынка и выявлении различных существующих либо потен-

циальных рынков или их сегментов на основе анализа потребностей, нуждающихся в удовлетворении.

Выявленные товарные рынки представляют собой экономические возможности, привлекательность которых следует оценить. Привлекательность товарного рынка количественно измеряется понятием “потенциал рынка”, а динамически характеризуется длительностью своего существования, или “жизненным циклом”.

Для конкретной фирмы привлекательность товарного рынка зависит от ее конкурентоспособности, иными словами, от ее способности удовлетворять потребности покупателей лучше, чем соперники.

Конкурентоспособность будет существовать до тех пор, пока фирма удерживает конкурентное преимущество либо благодаря особым качествам, отличающим ее от соперников, либо в силу более высокой производительности, обеспечивающей ей преимущества по издержкам.

Таким образом, рост стратегического маркетинга состоит в том, чтобы нацелить фирму на привлекательные экономические возможности, т.е. возможности, адаптированные к ее ресурсам и ноу-хау, обеспечивающие потенциал для роста и рентабельности.

Процесс стратегического маркетинга имеет средне- и долгосрочные горизонты; задачей его является уточнение миссии фирмы, определение целей, разработка стратегии развития и обеспечение сбалансированной структуры товарного портфеля.

Необходимо отметить, что структура стратегического плана должна быть тесно увязана с операционным маркетингом. Операционный маркетинг делает акцент на таких переменных как цена, система сбыта, реклама и продвижение товара, в то время как стратегический маркетинг направлен на выбор товарных рынков, на которых фирма обладает конкурентным преимуществом, и на прогноз общего спроса на каждом из целевых рынков.

Исходя из этого прогноза, операционный маркетинг устанавливает цели по завоеванию доли рынка, а также маркетинговых бюджет, необходимый для их достижения.

5.2. Оценка эффективности внешнеторговых связей.

С учетом процессов, происходящих во внешнеэкономическом секторе, возникает острая потребность в определении эффективности внешнеэкономической деятельности. Здесь вполне применимы разработки теории международной торговли.

При разработке автором теоретических положений для условий переходного к рынку периода предполагается использовать графические изображения кривых безразличия (кривые Леонтьева). При этом используются теоретические средства, введенные Маршаллом, Эджуортом, Парета. Они позволяют оценить взаимосвязи между национальными и межнациональными элементами экономического равновесия.

Принято считать, что теория сравнительных издержек способна объяснить ситуацию международных товарных потоков.

В нашем случае - объемы и направления этих потоков зависят от конкретных комбинаций капитала, труда и других первичных ресурсов, находящихся в распоряжении каждого из субъектов внешнеэкономических связей, от вида производственных функций и функций потребителя, то есть альтернативных комбинаций затрат и выпуска, которые могут реально использоваться для оценки эффективности внешнеэкономических связей.

Однако теория сравнительных издержек может объяснить величину и состав всех рассматриваемых экспортно-импортных операций только в той степени, в какой можно реально учесть таможенные тарифы и транспортные расходы между отдельными торгующими партнерами.

Теория сравнительных издержек имеет ограниченное использование, особенно в случае выравнивания цен, факторов производства в мировом масштабе. Согласно теореме Самуэльсона- Столнера при определенных условиях свободы беспрепятственный международный обмен уравнивает не только цены на товары и услуги, фактически выходящие за пределы национальных границ, но также и цены на первичные факторы производства: труд, капитал, природные ресурсы.

Мировая экономика, как и экономика отдельной страны, может быть представлена как система взаимозависимых процессов. Состояние определенной экономической системы В.В. Леонтьевым предполагается описывать в форме двойной таблицы “затраты - выпуск”, показывающей потоки товаров и услуг между различными отраслями и структурными подразделениями.

Теоретические концепции международной торговли всегда по возможности поддавались эмпирическим проверкам. Еще Адам Смит и Давид Рикардо использовали результаты и статистические данных для подтверждения своих теорий. Относительно Хекшера-Олина, то в течение многих лет после ее появления не было возможностей для проверки и ее на практическом материале из-за отсутствия достаточной информации о производственных связях между отдельными производствами и отраслями. Поэтому долго оставались открытыми вопросами: можно ли с помощью теории Хекшера-Олина объяснить конкретные события и спрогнозировать определенную тенденцию на будущее, или, другими словами, допустимо ли импликация модели в реальность?

Для эмпирической проверки утверждения товарной экономической теории внешней торговли необходимо рассчитать следующие показатели:

1. Обеспеченность страны факторами.
2. Емкость факторов производства отдельных секторов в этих странах.
3. Товарные потоки между странами.

При эмпирических исследованиях в «чистом» виде такой информации нет. Поэтому необходимо определить, какие величины при определенных условиях можно считать достаточными. Примером этого является исследование утверждений Хекшера-Олина через парадокс Леонтьева, которое было проведено в США. Теория Хекшера-Олина прогнозирует, что страна, в которой доминирует фактор капитал, экспортирует капиталоемкий товар и импортирует трудоемкий. Ученые говорят, что США платят относительно высокую зарплату и имеют в распоряжении много капитала, таким образом, США является страной, где доминирует фактор-капитал. Поэтому необходи-

мо ожидать согласно теореме Хекшера-Олина, что США будут экспортировать капиталоемкие товары и импортирует трудоемкие.

Исследование проводилось бы легко, если было бы возможным установление наблюдений за тем, что экспорт является капиталоемким, а импорт – трудоемким. Но это невозможно из-за отсутствия статистических материалов. Поэтому необходимо найти другие способы выражения емкости факторов экспорта и импорта.

Попытки эмпирического тестирования выводов Хекшера-Олина делались неоднократно. Иногда они подтверждали теорию, а временами ее опровергали. Но в каждом случае авторам не доставало убедительности. Наиболее аккуратно и корректно исследование теоремы Хекшера-Олина провел в 1953 году американский ученый русского происхождения Василий Леонтьев. Ему удалось убедительно доказать, что теория соотношения факторов Хекшера-Олина из-за определенных условий не подтверждается на практике.

По мнению Леонтьева, экономические концепции бессмысленны, если их невозможно наблюдать и измерять, поэтому он исследовал теорию Хекшера-Олина. Для этого Леонтьев отмечал использование труда и капитала в экспортных и импортных товарах. Его задача состояла в выяснении объема факторов производства, которые освободятся, если США уменьшат как свой экспорт, так и свой импорт на 1 млн. долларов. Этот вопрос анализировался по данным структуры экспорта и импорта в 1947 году на основе модели «затраты – выпуск» для 200 секторов. Так как вопрос состоит в том, сколько факторов связано в экспорте и импорте, то говорят о содержании факторов в экспорте и импорте.

Капиталоемкость импортных товаров необходимо было бы определить с помощью данных стран – экспортеров США. Так как в распоряжении Леонтьева были данные только по США, он ввел вспомогательную гипотезу, что капиталоемкость импортных товаров может приравниваться к отечественным субститутам импорта. Можно ожидать при этом, что производство субститутов импорта определяется через такую же емкость. Это предположение относительно импортных товаров не подходит, если США не имеет

никаких отечественных субститутов импорта. Например, чай, кофе. Поэтому такие товары исключаются из рассмотрения.

Результаты проведенных Леонтьевым исследований оказались неожиданными, так как они не подтвердили первичное предположение, что США экспортируют капиталоемкие товары, а импортируют трудоемкие.

Капиталоемкость сектора по производству товаров – субституты импорта является большей, чем капиталоемкость сектора по производству экспортных товаров. Вывод: США экспортируют трудоемкие товары и импортируют капиталоемкие. Так как этот результат является противоположным модели Хекшера-Олина, то его можно охарактеризовать как парадокс Леонтьева.

На первый взгляд парадокс Леонтьева опровергает утверждение Хекшера-Олина. Но это последнее заключение при точном анализе можно также опровергнуть.

1. Леонтьев *был вынужден ввести ряд вспомогательных гипотез* для того, чтобы вывести свой парадокс, а именно сравнение емкости факторов производства импортных товаров с товарами – субститутами импорта. Так как теория Хекшера-Олина должна опровергаться не через установление наблюдений, а с помощью других гипотез, то необходимо быть уверенным, что эти другие гипотезы имеют высшую степень надежности.

2. *Исследование Леонтьева не основано на четком операционном анализе «достаточности факторов производства».* Пока это понятие относительно интуитивно и не достаточно ясно, оно не может опровергнуть утверждения Хекшера-Олина.

Отдельной проблемой при определении достаточности факторов производства является то, что *объемы капитала и труда не учитывают технические знания.* Например, высокая эффективность труда ведет к низкой капиталоемкости.

Утверждение Хекшера-Олина и исследование Леонтьева базируются на двухфакторной модели. Леонтьев указывает на то, что *должны были бы*

браться во внимание объемы других факторов, такие как земля, природные ресурсы, но, наконец, также и общественная, и экономическая система.

Некоторые наблюдения показывают, что часть экспорта одной отрасли экономики в общем производстве США, зависит как от *удельного веса высококвалифицированных работников* в общем их количестве, так и от доли затрат на НИОКР и развитие в обороте этой отрасли экономики. Эти наблюдения позволяют сделать вывод, что экспорт США содержит людской капитал, а следовательно, переформулированная гипотеза Хекшера-Олина, учитывающая эффективность факторов производства, может отвечать действительности.

3. Исследования Леонтьева относятся к одной стране. *Идеально должны были бы рассматриваться торговые потоки между многими народными хозяйствами.*

4. Известно, что при определении обеспеченности факторами, *условия спроса могут свести на нет утверждения Хекшера-Олина.* Допустим, что страна, где доминирует фактор капитал, отдает предпочтение торговле капиталоемкими товарами. Ее спрос может быть таким большим на капиталоемкие товары, что страна, где доминирует фактор капитал, импортирует их. В этом случае теорема Хекшера-Олина может не отвечать действительности. Принятие во внимание фактора спроса привело бы к соответствию с действительностью модифицированное утверждение Хекшера-Олина. Также может играть роль резкий переход содержания факторов.

5. Большинство импортируемых товаров США в 1947 г. составляли нефть, медь, металлы, бумажная продукция, природные ресурсы. Производство этих товаров является капиталоемким. Эти продукты импортировались потому, что США не могли их вообще производить или производить в достаточном количестве. *Таким образом, то, что США импортировали эти товары не сводилось к тому, что они были капиталоемкими. Эти товары являются ресурсоемкими.*

6. Эмпирические наблюдения показывают, что с 1972 г. *парадокс Леонтьева больше не проявляется.*

Из этого следует, что при изменении положения концепции, например, выявление обеспеченности факторами и принятие во внимание других факторов, таких как условия спроса и методы внешнеторговой политики, утверждение Хекшера-Олина могло бы быть правильным. Эмпирическая проверка гипотезы Хекшера-Олина через теорию Леонтьева была стимулом для поиска объяснений данного вопроса.

Расширение модели Хекшера-Олина

1. Многофакторность. Разная оснащенность факторами может касаться большого количества факторов производства, хотя при рассмотрении модели Хекшера-Олина для аргументации выводов использовались главным образом два фактора – капитал и труд. После выявления в этой модели Леонтьевым так называемого парадокса наиболее плодотворными оказались попытки его решения путем расширения факторов производства.

Существует определенная иерархия факторов производства. Они делятся на основные и развитые. К основным относятся факторы, которые даются безвозмездно и не требуют инвестиций. Например, природные ресурсы, географическое положение страны, климатические условия. Однако большинство ресурсов в наше время являются результатом долговременного развития, как правило, ценой крупных инвестиций. Такими являются новые технологии, квалифицированные кадры, современная инфраструктура. Поэтому чаще для создания конкурентоспособных преимуществ большое значение имеют развитые факторы производства.

По критериям специализации факторы делятся на общие и специализированные. Для общих факторов свойственна возможность использования их во многих отраслях (сеть автомобильных и железнодорожных путей). Специализированные факторы можно использовать в одной отрасли и лишь в исключительных случаях (венчурный капитал).

Если рассматривать основные и развитые факторы с точки зрения специализации, то необходимо выделить, что первые являются, как правило,

общими, а вторые – специализированными. Для создания конкурентных преимуществ больший потенциал имеют специализированные факторы.

Наконец, различают факторы по критерию степени международной мобильности. При анализе основных факторов учитывается низкая степень мобильности, однако, они часто вообще не перемещаются с одной страны в другую.

Разную степень международной мобильности имеют общие и специализированные факторы. Универсальность использования общих факторов упрощает их перемещение из страны в страну. Специализированные факторы или вообще не способны к перемещению, или на пути их движения существуют препятствия как искусственного, так и природного характера.

Страна может быть относительно достаточно оснащена трудом, капиталом, техническими знаниями, землей, природными ресурсами или окружающей средой. К этому множеству факторов относится и политическая стабильность страны. Таким образом, при расширении понятия «достаточности факторов» модель Хекшера-Олина раскрывает большое количество факторов, определяющих международный товарный обмен.

Увеличение разновидностей факторов позволило развить концепцию В. Леонтьева. В частности, выяснилось, что капитал не является для США наиболее излишним фактором производства. Страна лучше была обеспечена сельскохозяйственными угодьями и квалифицированными кадрами. Именно поэтому в экспорте США значительный удельный вес принадлежит сельскохозяйственной продукции и высокотехнологическим товарам, а импорт – трудоемким товарам, которые требуют для своего изготовления дешевого малоквалифицированного труда (текстиль, обувь), а также сырьем и полезными ископаемыми, которые поступают из стран богатыми природными ресурсами.

С точки зрения мирохозяйственной практики и открытия «парадокса Леонтьева» (в теоретической экономике) многофакторность учитывает:

различную интенсивность факторов (это позволяет определить, например, что американская импортозамещающая и экспортная продукция более капиталоемкая, чем продукция, произведенная в других странах);

особенности спроса (излишек капитала, например, обуславливает капиталоемкое потребление, что обуславливает недостаток капитала для экспорта и, таким образом, формирует большую трудоемкость товаров, которые экспортируются);

неоднородность факторов (выделение «физического» и «людского» капитала, обоснование преобладающего значения квалификации труда и др.);

новые факторы (в системе факторов: труд, капитал, природные ресурсы).

2. Многофакторность. Когда рассматривается больше двух факторов, товары выстраиваются в иерархическую лестницу, отдавая предпочтение конкуренции. Товары с высоким относительным ценовым преимуществом находятся на вершине иерархической лестницы. На нижних ее ступеньках относительное ценовое преимущество будет меньшим. Когда имеется много ценовых преимуществ, товар будет экспортироваться. Если не существует ценового преимущества, то нет разницы: экспортируется или импортируется товар. В иерархии товаров имеется уровень с относительными ценовыми затратами для стран, которым выгодно импортировать товаров. Наконец, существуют товары, которые не экспортируются и не импортируются, они называются неторговыми товарами.

Такое представление иерархической шкалы относительных ценовых преимуществ является интересной концепцией, можно увидеть, что незначительные изменения в стране и за рубежом в спросе, технике производства сектора или также в оснащенности факторами разделяют экспортные и импортные товары посредством цены на факторы производства.

3. Типы товаров. Если рассматривается больше товаров, то необходимо принять во внимание их различные типы. Природные ресурсы определяются часто как товары Рикардо и объясняются моделью Рикардо. Промышленные продукты могут объясняться как продукты Хекшера – Олина и объ-

ясняются с помощью дополнительного математического выражения Хекшера – Олина (которое включает человеческий капитал и отличие технологий). Если брать продукты высокого технического прогресса (например, полупроводники), то можно говорить о товарах продуктового цикла. Особенную товарную категорию представляют услуги.

Типы товаров определяют товарную структуру международной торговли. Имеющиеся данные о ней являются неполными. Как правило, для классификации отдельных товаров в международной торговле используется либо гармонизированная система описания и кодирования товаров (ГСОКТ), либо Стандартная международная товарная классификация (СМТК). Наиболее существенной тенденцией является рост удельного веса торговли продукцией обрабатывающей промышленности, на которую до середины 90-х годов приходилось $\frac{3}{4}$ стоимости мирового экспорта и сокращение удельного веса сырья и продовольствия, удельный вес которых составлял приблизительно $\frac{1}{4}$ (табл.5.1).

Эта тенденция характерна как для развитых стран, так и для развивающихся, и является результатом внедрения ресурсо- и энергосберегающих технологий. Наибольшую группу товаров, которые экспортируются в рамках продукции обрабатывающей промышленности, составляют оборудование и транспортные средства (до половины экспорта товаров этой группы), а также другие промышленные товары – химические товары, черные и цветные металлы, текстиль. Среди сырьевых и продовольственных товаров наибольшие товарные потоки составляют продовольствие и напитки, топливо и другое сырье.

4. Многосторонность. Наше представление о внешней торговле раньше базировалось на модели, которая учитывала две страны и два товара. В действительности можно генерализировать эту модель, принимая во внимание множество факторов и множество стран. Торговля является не двухсторонней, а многосторонней. Тогда можно определить, какая из большинства стран и для какого из множества товаров имеет ценовое преимущество. Каждая страна будет специализироваться на том товаре, при котором имеет срав-

нительное ценовое преимущество. Здесь действительно вырисовывается тенденция теоремы Хекшера – Олина.

Таблица 5.1 **Товарная структура международной торговли (%)**.

Товары	1983 г.	1993 г.
Сельскохозяйственная продукция	14,6	12,0
Продукты питания	11,1	9,5
Сельскохозяйственное сырье	3,5	2,5
Продукция добывающей промышленности	24,3	11,9
Руды, минеральное сырье и черные металлы	3,8	3,1
Топливо	20,5	8,8
Промышленные товары	57,3	73,3
Оборудование и транспортные средства	28,8	37,8
Химические товары	7,4	9,0
Полуфабрикаты	6,4	7,5
Текстиль и одежда	4,9	6,9
Чугун и сталь	3,4	3,0
Другая готовая продукция	6,3	9,2
Другие товары	3,8	2,8

Когда анализируется больше двух стран, тогда структура международной торговли рассматривается с точки зрения ее географического разделения. В отличие от товарного содержания, она представляет собой распределение товарных потоков между отдельными странами и их группами, которые могут делиться либо по территориальному, либо по организационному признаку. Территориальная географическая структура может иметь различные ракурсы: принадлежность стран к одной части света (Африка, Европа, Южная Америка, Австралия); к укрупненной группе стран (страны с переходной экономикой, развивающиеся страны); к отдельным интеграционным и другим торгово-политическим союзам (СНГ, Европейский Союз, НАФТА, АСЕАН); либо к группе стран, которые делятся по другим аналитическим критериям (страны – экспортеры нефти, страны – чистые должники).

Таблица 5.2 показывает географическую структуру экспорта по группам стран в зависимости от уровня экономического развития. Она показывает, что основной объем международной торговли приходится на развитые страны, хотя удельный вес этих стран несколько уменьшился в первой половине 90-х годов за счет увеличения удельного веса развивающихся стран и

стран с переходной экономикой. Увеличение удельного веса развивающихся стран происходит за счет ускоренного развития новых индустриальных государств Юго-Восточной Азии (Кореи, Сингапура, Гонконга) и некоторых стран Латинской Америки. Наиболее крупными мировыми экспортерами в 1997 г. (в млрд. долл.) были ЕС (823,0), США (688,9), Япония (421,1), Канада (214,4). Среди развивающихся стран крупными экспортерами являются Гонконг (188), Корея (136,6), Тайвань (121,9), Сингапур (125,0), Малайзия (78,8), Тайланд (58,2). Относительно стран с переходной экономикой выделяют в числе экспортеров Китай (182,7), Россия (65,7), Польша (26,0), Чехия (22,5), Венгрия (18,7). В большинстве случаев наибольшие экспортеры являются и основными импортерами на мировом рынке.

Таблица 5.2. **Географическая структура международной торговли (экспорт) (%)**

	1991 г.	1992 г.	1993 г.	1994 г.
Индустриальные страны	70,5	69,3	66,5	66,1
Развивающиеся страны, включая страны с переходной экономикой	28,3	29,6	32,0	32,6
Африка	2,2	2,2	2,0	1,9
Азия	14,3	15,3	17,1	17,9
Европа	3,9	3,5	4,1	4,5
Ближний Восток	3,6	3,7	3,6	3,1
Западное полушарие	4,3	4,9	5,2	5,3
Другие страны	1,2	1,1	1,5	1,3

5. Наличие товаров. Гипотеза Крависа о «наличии» сводит создание товарных потоков к наличию или отсутствию товаров. Импортируются товары, которых нет в стране, и экспортируются те товары, которые могут производиться в стране. Отсутствие товаров может объясняться, например, недостатком ресурсов, технических знаний, дифференциацией продукции, что может стать причиной временного более выгодного положения на отдельных рынках. Наличие товаров должно выражаться в абсолютных ценовых преимуществах.

6. Эластичное предложение факторов. Предположим, что оснащенность факторами известна. Так как цены на факторы производства изменяют-

ся после проведения торговли, то может измениться оснащенность страны факторами (увеличение предложения по фактору труда, создания капитала).

Для уяснения сформулированного условия можно смоделировать ситуацию согласно теореме Хекшера – Олина – Самуэльсона, по которой торговля конечными продуктами в значительной степени изменяет перемещение факторов производства в международных масштабах и способствует увеличению цены излишек производственных ресурсов, а также уменьшению цены излишек фактора до тех пор, пока цены на факторы не выровняются, что возможно в случае выравнивания цен конечных продуктов.

Эластичность предложения факторов проявляется также при условии мобильности факторов производства в международном масштабе и при отсутствии перемещения товаров из страны в страну. Тогда, как было показано, относительный излишек фактора будет мигрировать из страны с низкими ценами на него в страну, где он будет стоить больше. Следствием такого движения является выравнивание цен на производственные ресурсы, что будет продолжаться до тех пор, пока цены факторов и цены конечных продуктов не выровняются.

7. Вид товаров. Наша модель не противоречит тому, идет ли речь о так называемых товарах массового производства (автомобили) или о товарах единичного производства (сложное оборудование). Эти два типа товаров требуют разной организации производства.

8. Транспортные затраты. В предыдущем анализе мы не учитывали транспортные затраты. Они должны учитываться с условием абсолютных ценовых преимуществ; они могут привести к сегментации рынков. В крайнем случае, товары будут неторговыми.

Классификация транспортных затрат осуществляется по двум признакам:

- 1) затраты на физическое перемещение;
- 2) затраты, связанные с государственным регулированием международной торговли.

В аналитическом ракурсе затраты на физическое перемещение охватывают затраты при парковке, транспортировке и обработке товаров. Затраты, осуществление которых обусловлено государственным регулированием внешней торговли, проявляются в импортных пошлинах, квотах и валютном контроле. Они, как и многие затраты на перемещение, имеют экономический эффект. Важным является рассмотрение услуг, международная торговля которыми не имеет затрат на перемещение, но подвергается государственному регулированию.

Различают два способа влияния затрат на перемещение на международную торговлю. Во-первых, они увеличивают цены на импортные товары и этим ограничивают увеличение прибыльности торговли. Во-вторых, затраты на перемещение стимулируют поиск моделей деятельности, по которым достаточный уровень конкурентоспособности достигается посредством выбора страны размещения и через размещение производства.

9. Государственное вмешательство в спрос и производство. Государственное вмешательство проявляется через относительные цены при автаркии, а именно через налогообложение, субвенции или через ассигнование инфраструктуры (порты, транспортное оборудование). Вместе с этим государственное вмешательство влияет на относительные ценовые преимущества и товарные потоки.

Одним из типичных методов государственного вмешательства в спрос и производство являются «патриотические» попытки создать собственное производство в отдельной отрасли. Если страны не смотря ни на что пытаются развивать собственную отрасль, надеясь на сбыт излишек продукции на мировых рынках, этим самым они создают угрозу перепроизводства.

Созданию излишних мощностей может способствовать структура налогообложения и/или налоговые кредиты под инвестиции. В результате возникает явление чрезмерного инвестирования. С этой проблемой сталкиваются грузовой флот в скандинавских странах, налоговое законодательство которых защищает доходы, реинвестированные в расширение производства, облагая налогом не инвестированные доходы. Такие способствующие стиму-

лы налогообложения толкают всех судовладельцев инвестировать деньги в расширение мощностей при благоприятствующих условиях в отрасли.

Проблема перепроизводства усиливается также стимулами к увеличению или поддержанию занятости. В реальной политике это проявляется в форме сильного давления правительства на фирмы, требуя от них инвестиций (или продолжения инвестирования), чтобы увеличить или поддержать занятость.

10. Государственное вмешательство в торговлю. Государство вмешивается через пошлины, лимиты и другие административные методы (административные торговые ограничения) прямо в международный товарный обмен. Так возникает вопрос, насколько через интервенцию в товарный обмен происходит влияние на торговые потоки.

Мотивом государственного вмешательства является выявление отдельных дефектов в свободной торговле как, например, появление недоиспользованной рабочей силы, недоскональность рынков труда и капитала и др. Тогда появляются аргументы против свободной торговли, которые в экономической науке представлены **теорией второго лучшего**. Согласно этой теории, политика невмешательства на каком-нибудь рынке необходима лишь в случае, если другие рынки работают без сбоев. В противном случае, вмешательство государства может увеличить богатство и нейтрализовать последствия дефектов рынка. Например, если рынок труда дает сбой и не может обеспечить полной занятости, политика субсидирования трудоинтенсивных отраслей, что было бы нежелательным в экономике с полной занятостью, имела бы смысл. Но лучше было бы регулировать рынок труда другими методами, например, эластичным использованием ставок заработной платы. Если этого нельзя сделать, государственное регулирование на других рынках могло бы служить «вторым лучшим» способом улучшения ситуации.

Когда экономисты используют теорию «второго лучшего» относительно вопросов торговой политики, они утверждают, что недоскональность внутреннего функционирования экономики может быть побудительным мотивом для вмешательства в сферу внешнеэкономических связей. При этом

имеется в виду, что международная торговля не является источником возникновения проблем, но внешнеторговая политика может послужить способом ее решения.

Промежуточные товары.

В отличие от предыдущего представления, внешняя торговля может относиться не только к конечной продукции, но и к промежуточной. Необходимо различать два случая: один товар может быть как конечным, так и промежуточным продуктом (так, например, нефть – потребительский товар как горючее и промежуточный продукт для промышленного производства), или товар является только промежуточным продуктом (железная руда).

Торговые и неторговые товары.

В теории международной экономики товар рассматривается не как продукт производства, а как объект спроса и предложения. При этом наиболее важным аспектом является оборот и частичное потребление, а также то, что хотя бы одна из этих сил действует из-за границы. Если один из этих атрибутов отсутствует, товар становится обычной вещью и перестает быть предметом международной экономики. Таким образом, особенность международной экономики как науки состоит в том, что сам факт производства и продажи какого-нибудь товара в той или иной экономике еще не может означать, что эта полезная вещь приобретает статус товара в международной торговле. Этим международная экономика отличается от микроэкономики, которая включает в состав валового внутреннего продукта текущее производство таких продуктов.

В сфере международной торговли принято деление товаров на торговые и неторговые. К торговым товарам относятся товары, которые могут перемещаться между странами. Неторговыми товарами считаются такие, которые потребляются в тех странах, где они производятся и не перемещаются между странами. Как видно из таблицы 5.3. к торговым товарам относятся продукты сельского хозяйства, оборонной промышленности и др. К неторговым товарам относится значительная часть строительной продукции, а также

различные виды услуг: образование, охрана здоровья, коммунальные услуги и др. Например, цена массажа или женской прически в Украине намного ниже, чем в США. Однако американцам не приходит мысль летать в Украину, чтобы сэкономить на этой услуге.

Таблица 5.3. **Торговые и неторговые товары в классификации ООН**

Группа товаров	Тип товаров
1. Сельское хозяйство, охота, лесное хозяйство и рыболовство 2. Добывающая промышленность 3. Обрабатывающая промышленность	торговые
4. Коммунальные услуги 5. Оптовая и розничная торговля, рестораны и гостиницы 6. Транспортировка, хранение, связь и финансовое посредничество 7. Оборона и обязательные социальные услуги 8. Образование, охрана здоровья и партийная работа 9. Другие коммунальные, социальные и частные услуги	неторговые

К современным классическим моделям концепция торговых и неторговых товаров была отнесена лишь в конце 50-х годов, хотя представители классического направления экономической мысли различали их, считая лишь готовые продукты торговыми товарами, а те, которые используются в производстве, - неторговым товаром. Ясно, что границы между торговым и неторговым товаром всегда условны. Единый подход для анализа и научных исследований представляет использование деления, которое базируется на классификации, которая принята ООН и признается во всем мире. Как видно из таблицы 5.3., она состоит из девяти больших групп.

Общепринятое признание классификации ООН не означает отсутствие отдельных исключений. Они существуют и достаточно весомы. Хотя строительство не является в своей основной массе торговым товаром, достаточно посмотреть на здания музеев, банков и других сооружений, которые реставрированы, отремонтированы или построены иностранными фирмами, особенно польскими, турецкими, югославскими, чтобы убедиться в противоположном. Много зданий электростанций, металлургических заводов, жилых

домов, которые построены украинскими фирмами и мастерами, можно найти за границей. Транспорт также в значительной мере участвует в международной торговле, и абсолютно неторговыми услугами выступают лишь те, которые предоставляются внутри страны или могут предоставляться внутри страны (городские троллейбусы, трамваи и т. д.). Такие можно продолжать и они должны учитываться при разработке моделей международной экономики.

Торговые товары делятся на товары экспорта и импорта. Среди товаров экспорта выделяют товары реального экспорта и субституты экспорта – те отечественные товары, которые в данный момент продаются лишь на внутреннем рынке, но при желании могут продаваться и за границей. Товары импорта состоят из товаров реального импорта и субститутов импорта тех национальных товаров, которыми при желании можно заменить на иностранные.

Не весь ассортимент товаров торговли можно реализовать на мировом рынке из-за недостаточной конкурентоспособности некоторых из них. Например, автомобиль «Таврия» или телевизор «Электрон» имеют некоторые потребительские качества, которые за границей не имеют спроса. Такую ситуацию можно преодолеть, если совершить комплекс мер по снижению затрат и улучшению качества продуктов.

Таким образом, некоторые товары являются имобильными из-за своей структуры (городские услуги) или из-за высоких транспортных расходов (например, квартиры). В этом случае говорится о неторговых товарах. Торговыми товарами являются продукты, которые обмениваются между странами, то есть экспортные и импортные товары или товары субституты экспорта и импорта. В отличие от неторговых товаров, внутренний спрос на торговые товары должен обслуживаться внутренним предложением.

Если вырастает относительная цена на неторговые товары по отношению к торговым товарам, то отрасль по производству неторговых товаров используют больше факторов производства, которые должны изыматься из отрасли по производству торговых товаров. Сектор по производству торговых товаров должен сворачиваться. По всем правилам торговые товары яв-

ляются промышленными продуктами, неторговые товары состоят из услуг (ограниченные территории государства). При этом происходит процесс деиндустриализации.

Интересный случай деиндустриализации был приведен в литературе под названием «голландская болезнь». Суть его состояла в том, что в 60-е гг. в Нидерландах были обнаружены большие запасы природного газа в Северном море. Однако чем больше добывалось и продавалось газа, тем больше вырос реальный курс гульдена и снижался экспорт других промышленных товаров. Это происходило потому, что факторы производства перемещались из производства традиционных торговых товаров в производство неторговых товаров добычи газа. Потребление неторговых товаров возрастало. Добыча газа требовала все больше капитала, технологий и рабочей силы. Однако единственный способ перекрыть спрос на неторговые товары - увеличение их производства, что можно сделать лишь за счет уменьшения выпуска торговых товаров, что и произошло. В этом примере рассматривается, каким образом отобразился ресурсный бум в стране, которая экспортирует ресурсы (природный газ в Нидерландах, нефть в Норвегии и Англии, и природное сырье в Австралии).

При изменениях обменного курса играет роль отличие торговых и неторговых товаров, например, девальвация национальной валюты ведет к удорожанию торговых товаров в национальной валюте (экспортного товара и товара- субститута импорта). Вместе с тем увеличивается относительная цена в пользу неторговых товаров, и номинальная девальвация сопровождается реальной девальвацией. Структура сектора перемещается в пользу торговых товаров.

Контрольные вопросы:

1. Факторы, определяющие эффективность функционирования системы менеджмента внешнеэкономической деятельности предприятия.
2. Анализ эффективности экспортно- импортных операций предприятия.
3. Теоретические основы анализа эффективности экспорта и импорта.

Глава 6. ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

6.1. Инструменты поддержки экспорта в Польше: страхование.

Для повышения конкурентоспособности польских изделий и выравнивания шансов польских экспортеров и их иностранных партнеров в 1994 г. начались работы по разработке и внедрению финансовой инфраструктуры, направленной на поддержку экспорта. Эта деятельность охватывала:

- а) страхование гарантированных государством экспортных контрактов, реализующихся в рамках средне- и долгосрочного кредитования;
- б) создание формально-правовых основ и обеспечение финансовых условий для развития АО “Корпорация страхования экспортных кредитов” (“КУКЕ”);
- в) доплаты к процентным отчислениям от банковских кредитов, предназначенных на финансирование экспорта;
- г) введение инвестиционных льгот в подоходном налоге для экспортеров;
- д) возврат суммы НДС и пошлины от импортных материалов, предназначенных для производства продукции на экспорт.

Внедрение этих инструментов было весьма сложным, так как происходило в условиях становления новой политико-правовой системы при ограниченных возможностях государственного бюджета. И, тем не менее, в 1995г. был введен в действие механизм страхования:

- 1) от неторгового риска - по политическим причинам, из-за стихийных бедствий, по причине задержек в оплате со стороны иностранных партнеров;
- 2) от торгового риска, связанного с экспортом инвестиционных товаров, продаваемых на условиях средне- и долгосрочного кредитования (госпредприятиям в развивающихся странах).

Страхование экспортных сделок от торгового и неторгового рисков поручено “КУКЕ” за счет государственной казны. Благодаря страхованию от риска увеличивается объем экспорта на восток на 10-15% в год.

Деятельность, проводимая на восточных рынках, все еще связана со значительным риском. Это значит, что до тех пор, пока не будет создана институциональная инфраструктура, позволяющая бюджету, банкам и страховым компаниям принимать участие в оказании услуг и другой стороне, то есть восточным партнерам, этот риск будет служить преградой для активизации товарообмена с этими странами.

Независимо от осуществления страхования, гарантированного государством, “КУКЕ” на свой страх и риск уже свыше двух лет сама занимается страхованием экспортных контрактов, охватывая 85 стран.

Корпорация может расширить свою деятельность и заняться также гарантированным государством казной страхованием от политического риска экспортных контрактов, реализуемых в рамках краткосрочного кредита. Это значит, что сейчас существует все возможности для страхования экспорта в рамках как средне- и долгосрочного, так и краткосрочного кредитования в полном объеме, то есть и от торгового, и от неторгового риска.

Страхование экспортного контракта в “КУКЕ” значительно облегчает получение кредитов. Корпорация заключила целый ряд соглашений с польскими коммерческими банками и о признании ими страхового полиса “КУКЕ”, который, в свою очередь, служит аргументом при предоставлении экспортных кредитов. Благодаря этому банки могут предлагать экспортерам кредиты с льготной кредитной ставкой.

Вышеуказанная система базируется на проверенном в высокоразвитых странах механизме финансирования экспорта и вызывает все больший интерес.

Важным элементом поддержки экспорта, в особенности инвестиционных изделий, является субсидирование процентных норм

экспортных кредитов. До сих пор высокие процентные начисления на банковские кредиты вынуждали экспортеров реализовать экспорт на наличные (обычно это происходило за счет снижения цен) или же просто отказываться от экспортных сделок.

Указанные решения были введены по примеру западных стран, которые, стремясь повысить конкурентоспособность своих экспортеров, издавна применяют разнообразные формы официального субсидирования экспортных кредитов. ведение подобного механизма в Польше должно привести к выравниванию существующих диспропорций между условиями кредитования, предлагаемыми польскими экспортерами, по сравнению с условиями деятельности иностранных конкурентов.

Независимо от решений непосредственно связанных с деятельностью в области внешней торговли введены существенные преференции для экспортеров, самыми важными из которых являются льготы в подоходном налоге, предоставляемые экспортерами. Они позволяют сократить сумму дохода, от которого отчисляется налог, отняв сумму инвестиционных расходов (однако не превышающую 50% этого дохода) в том случае, если доля приходов от экспорта превышает в налоговом году 50% общей суммы приходов от экспорта в налоговом году превышает эквивалент 10 млн. ЭКЮ (с 1995 г. - 8 млн. ЭКЮ). Кроме того, экспортерам возвращается налог на добавленную стоимость и заплаченная ими пошлина за импортные материалы, предназначенные для производства товаров на экспорт.

Наряду с финансовой инфраструктурой важным элементом поддержки экспорта является особое содействие ему, понимаемое как финансовая и организационная поддержка маркетинговых усилий предприятий, а также как деятельность администрации в макромасштабе, направленная на подготовку и совершенствование системы распространения информации, направленная на подготовку и совершенствование системы распространения информации об условиях торговли с Польшей, ее экономическом положении, правовых и прочих условиях. Пока что эта

деятельность по содействию экспорту концентрируется на торгово-выставочных и издательских мероприятиях, информационной деятельности и public relations. Следующей областью деятельности государственной администрации, направленной на поддержку развития экспорта, является создание свободных таможенных зон (СТЗ).

Вводимые льготы и полное освобождение от пошлины в СТЗ служат сильным стимулом для принятия решений об импорте материалов или компонентов (при импорте всевозможных товаров на территорию СТЗ с них вообще не взимается пошлина), переработке их или облагораживании, а также при вывозе готовых продуктов на таможенную территорию Польши (при соблюдении соответствующих критериев действует нулевая или же значительно сниженная таможенная ставка).

Например, начав хозяйственную деятельность на территории СТЗ, данное предприятие имеет право в течение трех лет продавать без пошлины на польской таможенной территории свои переработанные, переделанные, облагороженные или расфасованные продукты в том случае если минимум 40% расходов, связанных с их получением, составляют: стоимость товаров, ввезенных с польской таможенной территории; стоимость услуг, выполняемых на польской таможенной территории или в СТЗ хозяйственным субъектом, ведущим деятельность на польской таможенной территории; средства, полученные в результате права пользования нематериальными благами, причитающегося хозяйственным субъектам, ведущим деятельность на польской таможенной территории.

В течение трехлетней деятельности лимит участия вышеуказанных затрат в расходах, связанных с получением продуктов, возрастает. Для полного освобождения от пошлины это участие должно составлять не менее 75%, а для получения льготы составляющей 0,75 таможенной ставки, минимум составляет 50%.

До середины 1995 года в Польше были организованы шесть свободных таможенных зон : на территории Международного аэропорта

Варшава-Окенче, в Гливицах, в районе Терасполя, в Сокулке, Свиноустье и в Щецине.

Сформированная в Польше финансово-правовая структура поддержки экспорта не исчерпывает всех возможностей поддержки экспорта; могут вводиться и другие решения и экономические инструменты, работы в области дальнейшего системного урегулирования продолжаются.

Хотя уже принятые и еще планируемые решения полностью соответствуют действующим в этой области международным стандартам, тем не менее они не могут обеспечить польским экспортерам особые преференции, а лишь уравнивают их шансы по сравнению с иностранными конкурентами которые уже давным-давно пользуются услугами хорошо развитых систем и инструментов поддержки экспорта в своих странах.

6.2. Восточная граница Польши после присоединения к Европейскому Сообществу

Точная дата вступления Польши в Европейское Сообщество пока не определена, однако польское правительство считает, что к 31 декабря 2002 г страна будет полностью к нему готова.

Членство Польши в ЕС сопряжено с принятием всего юридического наследства, содержащегося в Договоре о создании Европейского Сообщества, в Договоре об Европейском Сообществе, а также законодательных материалов, созданных в ходе осуществления этих двух договоров.

Кроме обязательств экономического порядка, связанных с функционированием "Общего рынка", будущее членство Польши в ЕС предполагает приспособление польского законодательства к законам Сообщества и в области создания зоны свободы, безопасности и справедливости при одновременной отмене какого-либо контроля передвижения людей на внутренних границах ЕС.

Это означает, что любой иностранец, который легально пересечет восточную границу Польши (являющуюся одновременно западной границей

Европейского Сообщества), сможет свободно передвигаться по всей Европе (вплоть до Португалии) без какого-либо пограничного контроля

Появление элемента групповой ответственности за внутреннюю безопасность в пределах всей территории Сообщества вызвало необходимость сотрудничества и в вопросах режима пересечения внешней границы, в частности выработки совместной визовой политики

Цель данной главы - проанализировать ключевые юридические регулировки и решения, касающиеся свободы передвижения людей, визовой политики и защиты границ ЕС, представить нынешний и предполагаемый правовой режим на восточной польской границе по отношению к соседним странам, т.е. России (Калининградская область), Белоруссии и Украине.

Членство Республики Польша в Европейском Сообществе не означает создания очередного "железного занавеса", не отразится на товарообороте и обмене туристами, осуществляемыми с восточными соседями Польши, а повлечет за собой лишь изменения принципов пересечения и защиты границы

Осуществление идеи свободного передвижения

Вопрос свободного перемещения людей, услуг, капитала и товаров - это одна из основных свобод, свидетельствующих о сути Европейского Сообщества.

До момента ратификации Амстердамского договора (1 мая 1999 г) этот вопрос регулировался

- а) законодательством Европейского Сообщества;
- б) Конвенцией Шенген.

Вследствие включения законодательства Шенген в юридические рамки ЕС стало возможным говорить об относительно интегрированной политике свободного перемещения людей и защиты внешних границ.

Полная интеграция должна произойти до мая 2004 г, т.е. после замены регулировок Шенген соответствующими положениями Сообщества.

Европейское Сообщество

Интегрированные европейские структуры начали возникать с 18 апреля 1951г., когда несколько стран (Германия, Франция, Италия, Бельгия, Голландия и Люксембург) создали в Париже Европейское Сообщество угля и стали.

Это была первая совместная европейская организация с реальной властью и самостоятельными органами, которая положила начало дальнейшему процессу европейской интеграции

В результате подписания так называемых Римских договоров 25 марта 1957 г. были созданы еще две организации: Европейское Сообщество по атомной энергии (Евратом) и Европейское Экономическое Сообщество (ЕЭС).

Именно в рамках договора о создании ЕЭС впервые появились постановления, обеспечивающие гарантии уважения принципов свободного перемещения людей, товаров, услуг и капитала между странами - членами этого Сообщества.

Осуществление принципа свободного перемещения людей до недавнего времени относилось, главным образом, к экономическому аспекту как результату осуществления идеи "Общего рынка". С ратификацией в 1992 г. постановлений Маастрихтского договора произошли кардинальные изменения в сфере совместной политики внутренней безопасности, в частности в вопросах виз и иммиграции, отношения к гражданам третьих стран.

Эти изменения касались, во-первых, создания правовых основ сотрудничества для создающейся, так называемой III Группы вопросов (правосудие и внутренние дела), во-вторых, включения некоторых проблем из области внутренних дел в сферу компетенции Сообщества.

В последнем международном договоре, регулирующем деятельность нынешнего Европейского Сообщества, т. е. в Амстердамском, подписанном 2 октября 1997 г., страны - члены ЕС сделали очередной шаг вперед.

Они включили проблемы, касающиеся совместной политики в области виз, миграции и политического убежища в I Группу вопросов ЕС со всеми последствиями, связанными с таким переходом, т. е: введением принципа голосования большинством голосов и юрисдикцией Трибунала справедливости по отношению к юридическим регулировкам в этой области.

Основные регулировки Заглавия IV Договора о создании Европейского Сообщества, касающиеся политики в области виз и пересечения границ, содержатся в ст. 62 и предусматривают совместную для всех стран процедуру (за исключением Великобритании и Ирландии), а именно:

1) отмену какого-либо контроля лиц, как граждан Сообщества, так и граждан третьих стран, во время пересечения внутренних границ;

2) создание норм и процедур, которые будут соблюдаться странами-членами при оформлении людей на наружных границах;

3) разработку принципов, регулирующих выдачу виз на планируемое пребывание, не превышающее трех месяцев, включая:

а) создание перечня третьих стран, граждане которых обязаны иметь визу во время пересечения внешних границ, и стран, граждане которых освобождаются от этого требования;

б) создание общих процедур и условий выдачи виз странами-членами;

в) введение общего формата виз.

4) создание общих условий, в соответствии с которыми граждане третьих стран смогут свободно путешествовать по территории стран - членов ЕС в период, не превышающий трех месяцев.

Кроме договорных постановлений, в настоящее время действуют также конкретные, подробные юридические акты, принятые в Европейском Сообществе и касающиеся передвижения людей и политики в области виз.

К основным из них относятся:

распоряжение Совета от 12 марта 1999 г., определяющее третьи страны, граждане которых обязаны иметь визы для пересечения наружных границ ЕС;

совместные действия от 4 марта 1996 г. в отношении виз в аэропортах;

распоряжение Совета от 29 мая 1995 г. по вопросу единого образца виз;

совместные действия от 16 декабря 1996 г., определяющие единый образец разрешения на пребывание;

указание от 20 июня 1994 г., касающееся ограничения въезда граждан третьих стран на территорию стран-членов с целью трудоустройства;

указание от 30 ноября 1994 г., регулирующее самостоятельное трудоустройство и учебу граждан третьих стран;

□ указание от 4 марта 1996 г. относительно консульского сотрудничества по визам.

ШЕНГЕН

Прежде всего следует рассмотреть, что подразумевается под понятиями "Шенген" и "юридическое наследство Шенген".

Руководствуясь желанием облегчить свободное передвижение людей, товаров и услуг, а также осуществляя записанную в Римском договоре "отмену между странами-членами препятствий, связанных со свободным перемещением товаров, людей, услуг и капитала", Бельгия, Германия, Франция, Люксембург и Голландия 14 июня 1985 г. подписали Соглашение о постепенной отмене контроля на общих границах.

Пятью годами позже, 19 июня 1990 г. в дополнение к этому Соглашению было заключено исполнительное соглашение Конвенция

Шенген, в которой унифицированы принципы политики по визам, убежищу, сотрудничеству полиции и созданию системы информации.

Конвенцию Шенген (кроме стран-участниц) подписали Дания, Греция, Испания, Португалия, Италия, Австрия, Финляндия, Швеция, а также Исландия и Норвегия (на основании отдельного соглашения, которое являлось результатом функционирования Скандинавской зоны свободного передвижения людей).

Вначале осуществление идеи Шенген предполагало создание удобств для свободного (без паспорта) пересечения внутренних границ гражданами некоторых стран Западной Европы.

Постепенная эволюция и развитие идеи ликвидации барьеров привела к образованию вокруг самой Конвенции большого количества принципов и регулировок, связанных, в частности, с политикой в области виз, сотрудничеством полиции и обменом информацией, составляющих в совокупности так называемый *acquis Schengen*.

Как уже отмечалось выше. Соглашение о Европейском Сообществе с 1992 г. предусматривало создание пространства без внутренних границ, а Амстердамский договор с 1997 г. - создание зоны свободы, безопасности и справедливости.

Одновременно Амстердамский договор включал юридическое наследство Шенген в рамки Соглашения о создании ЕС и Соглашения об ЕС.

Таким образом, юридическое наследство Шенген стало интегральной частью законодательства ЕС, а Протокол к Амстердамскому договору, включающий *acquis Schengen* в законодательство ЕС, стал ключевым элементом для реализации этого намерения.

На основании Протокола, включающего *acquis Schengen* в рамки ЕС, функции Исполнительного комитета Шенген принял на себя Совет Европейского Сообщества, а функции Секретариата Шенген - Секретариат Совета Трибунал справедливости не вправе принимать решения по тем

юридическим актам, которые связаны с соблюдением общественного порядка и защитой внутренней безопасности стран - членов ЕС.

Кроме того, Протокол предусматривал включение Норвегии и Исландии в процесс имплементации *acquis Schengen* и дальнейшее развитие этого *acquis* в рамках ЕС.

И наконец, в данном Протоколе констатируется, что страны, являющиеся кандидатами на вхождение в ЕС, обязаны полностью одобрить юридическое наследство Шенген Протокол содержит также регулировки относительно специального статуса Дании, Великобритании и Ирландии

Главные юридические акты и другие документы наследства Шенген, имеющие значение для пограничных и визовых вопросов, - это упомянутые выше Соглашение от 14 июня 1985 г. и Конвенция от 19 июня 1990 г., а также решение Исполнительного комитета Шенген, в частности общая консульская инструкция, в которой установлены процедуры выдачи виз, в том числе перечень стран, граждане которых обязаны иметь визу, и перечень стран, граждане которых освобождены от такой обязанности, и руководство, касающееся принципов, действующих при пересечении наружных границ.

Одновременно постановления Амстердамского договора, включающие *acquis Schengen* в юридические рамки ЕС, содержат условия введения вышеупомянутых юридических актов в действующий юридический порядок стран - кандидатов в Европейское Сообщество.

В соответствии с данным Протоколом две последние страны не связаны постановлениями Шенген, однако в любой момент после получения разрешения Совета они могут полностью или частично принять *acquis Schengen* (подробные регулировки относительно функционирования этих трех стран в отношении *acquis Schengen* определены в очередных двух протоколах Амстердамского договора).

Передвижение людей и пограничный контроль в Польше

Следует отметить, что вопросы, касающиеся защиты государственной границы, принципов ее пересечения, политики в области виз и т.п.,

регулируются Положением о защите государственной границы от 12 октября 1990 г (см "Журнал положений", 1990, №78, ст 461 с последующими изменениями).

Данным Положением на министра, ответственного за внутренние дела страны, возлагается ответственность за защиту сухопутной и морской границы, а также за контроль движения на границе, а на министра, ответственного за национальную оборону, - за защиту воздушной границы. Функции по защите сухопутной и морской границы и контролю движения на них выполняются Пограничной стражей - однородной, обмундированной и вооруженной частью, созданной в соответствии с Положением о Пограничной страже от 12 октября 1990 г (см "Журнал положений", 1990, №78, ст. 462 с последующими изменениями)

Пересечение государственной границы в Польше разрешено лишь на пограничных пунктах или вне их, если это предусмотрено международными договорами, заключенными с соседними государствами.

Само пересечение государственной границы производится на основе документа (как правило, паспорта), дающего право на ее пересечение.

Однако этот вопрос может регулироваться и иными международными договорами, например, о перемещении без виз, о малом или упрощенном движении на границе, предусматривающем вместо паспорта наличие спецпропуска, удостоверения личности и т д.

Подробный перечень пограничных пунктов, вид допускаемого на этих пунктах движения и часы работы в настоящее время регулируются Объявлением министра внутренних дел и Таможенной администрации от 15 ноября 1998 г (см "Польский монитор", 1998, №14, ст 217 с последующими изменениями).

Согласно этому распоряжению на таких погранпунктах польский гражданин или иностранец обязаны подвергнуться пограничному контролю, проводимому должностными лицами Пограничной стражи, и

соответствующему таможенному досмотру, проводимому должностными лицами Таможенной администрации.

В особых случаях, например при подозрении в совершении преступления или отсутствии возможности установления личности, должностные лица Пограничной стражи могут отказать конкретному лицу в разрешении пересечь границу (следует подчеркнуть, что такое решение не зависит от факта предварительного получения визы лицом, пересекающим границу, если такая обязанность определена соответствующим международным договором).

Движение на границе Польши с Россией, Белоруссией и Украиной:
нынешнее состояние

Юридические отношения, установленные на восточной границе Польши с Россией, Белоруссией и Украиной, во многом сходны. Однако, учитывая различия в пассажиропотоках, вопросы пограничного движения для каждой из соседних стран рассмотрены отдельно. Польша-Российская граница (Калининград)

Движение на польско-российской границе осуществляется в соответствии с международным договором между правительством Республики Польша и правительством Российской Федерации, подписанным в Москве 22 мая 1992 г. и определяющим так называемые общедоступные пограничные пункты, где пересечение государственной границы производится по паспортам или другим документам, дающим на это право.

Параллельно предусмотрено так называемое упрощенное пограничное движение, которое касается пассажирского движения, регулируемое Соглашением об упрощенном порядке пересечения государственной границы гражданами, проживающими в пограничных местностях, составленным в Москве 14 мая 1985 г. между правительством Польской Народной Республики и правительством Союза Советских Социалистических Республик (см "Журнал положений", 1986, №24, ст. 114)

В соответствии с этим соглашением граждане, проживающие в обозначенных договором местностях, в определенных случаях (например, массовое мероприятие, семейное событие, несчастный случай) могут пересекать государственную границу, предъявив спецпропуск или удостоверение личности.

В настоящее время на польско-российской границе действуют шесть общедоступных пограничных пунктов (автодорожных и железнодорожных), предназначенных для перемещения пассажиров (в том числе граждан Республики Польша и Российской Федерации), товаров и упрощенного пограничного движения. Вместе с тем на данных пограничных пунктах введены дополнительные ограничения, касающиеся максимальной нагрузки транспортных средств при перевозке товаров и обязательного фитосанитарного контроля.

Кроме того, действует также один автодорожный пограничный пункт, пред назначенный исключительно для упрощенного пограничного движения.

Пассажирское движение регулируется также Договором о взаимных безвизовых поездках граждан Польской Народной Республики и Союза Советских Социалистических Республик, подписанным в Варшаве 13 декабря 1979 г (см "Журнал положений", 1980, №13, ст. 41).

Согласно этому договору разрешается въезд, временное пребывание и выезд с территории одной из стран на основании действительных дорожных документов.

Для граждан РП этими документами являются паспорта и удостоверения личности, а также парусные книжки и лицензии пилотов.

Для граждан Российской Федерации это, как правило, паспорта. Вышеуказанный договор обуславливает также случаи безвизового пересечения границы (по туристической путевке, поездка на лечение, командировка).

Однако следует подчеркнуть, что договор не означает полной отмены визовой обязанности. В случае въезда на постоянное жительство, а также в

других не оговоренных в нем случаях, граждане обеих стран обязаны иметь визы

ПОЛЬСКО-УКРАИНСКАЯ ГРАНИЦА

Движение на польско-украинской границе происходит в соответствии с договором между правительством Республики Польша и правительством Украины по вопросу пограничных пунктов, составленным в Варшаве 18 мая 1992 г. В договоре, в частности, определены так называемые общедоступные пограничные пункты, где пересечение границы осуществляется на основании пас портов и других документов, дающих право на ее пересечение.

Здесь, как и в предыдущих случаях, применяются правила о так называемом упрощенном пограничном движении (пассажирском) на основе Соглашения между правительством Польской Народной Республики и правительством Союза Советских Социалистических Республик об упрощенном порядке пересечения государственной границы гражданами, проживающими в пограничных местностях

В соответствии с вышеуказанными договорами в настоящее время на польско-украинской границе действуют 11 общедоступных пограничных-пунктов (автодорожных и железнодорожных), предназначенных для пассажирского движения (в том числе для перемещения только граждан Республики Польша и Украины),-движения товаров и упрощенного пограничного движения.

Кроме того, действуют также три автодорожных пограничных пункта, предназначенных исключительно для упрощенного пограничного движения

Подробные правила относительно безвизового пассажирского передвижения содержит договор между правительством Республики Польша и правительством Украины, составленный в Варшаве 25 июня 1996 г.

Этот относительно новый договор заменяет договор, заключенный в 1979 г между правительством ПНР и правительством СССР Основным принципом принятого договора является гарантия права для граждан обоих

государств на въезд, пребывание до 90 дней и выезд, а так же на безвизовый транзит.

Однако в случае длительного (свыше 90 дней) пребывания, постоянного пребывания или пребывания с целью трудоустройства обязательность визы сохранена

Движение на восточной границе Польши после присоединения к ЕС Как уже отмечалось, получение Польшей членства в Европейском Сообществе вызовет изменения юридического и организационного режима на польской восточной границе. Иными словами, еще до вступления в ЕС Польша (в некоторых случаях) обязана предпринять действия по адаптации принципа.

Пересечения границ и визовой политики к стандартам, принятым в Европейском Сообществе. Это будет касаться, в частности, визового движения на польско-российской, польско-белорусской и польско-украинской границах.

Согласно Национальному плану подготовки к членству в Европейском Сообществе, который был принят Советом Министров в 1998 г., а также учитывая постановления Амстердамского договора и Распоряжение Совета Европейского Сообщества №574/99, определяющего третьи страны, граждане которых обязаны иметь визы при пересечении наружных границ ЕС, Республика Польша денонсирует договор между правительством Польской Народной Республики и правительством Союза Советских Социалистических Республик о взаимных безвизовых поездках граждан обеих стран, составленный в Варшаве 13 декабря 1979 г (касается, в частности, Российской Федерации и Республики Белоруссия), а также договор между правительством Республики Польша и правительством Украины о безвизовом движении, составленный в Варшаве 25 июня 1996 г.

Подобное денонсирование договоров о безвизовом движении предполагается осуществить с 15 странами По предварительным данным, денонсирование договора по отношению к Белоруссии и России будет

произведено в 2001 г., по отношению к Украине ~ в 2002 г (возможная задержка вхождения Польши в Европейское Сообщество может привести к переносу сроков денонсирования договоров о безвизовых поездках).

Параллельно с денонсированием договоров о безвизовом движении можно ожидать денонсирования договоров об упрощенном пограничном движении между Польшей и Российской Федерацией, Белоруссией, Украиной, хотя официальная позиция польского правительства по этому вопросу в настоящее время еще не выработана

В связи с введением обязательных виз может значительно уменьшиться пассажирское движение между упомянутыми 15 странами.

По расчетам, проведенным Министерством иностранных дел Польши, оно составит около 30-40% нынешнего пассажирооборота. Естественно, что в случае каждой отдельно взятой страны, в том числе России, Белоруссии и Украины, этот процент может быть разным. В данное время более точное определение этих данных не представляется возможным ввиду широкой гаммы факторов и переменных, которые необходимо будет учесть.

Невзирая на то, что предусматриваемые величины могут основываться лишь на приблизительных расчетах, наблюдения за пассажирским и товарным движением после ввода в 1997 г. Положения об иностранцах (в некоторой степени ужесточающего режим пересечения границы и пребывания в РП) позволяют сделать более оптимистические прогнозы. Опасения, что пассажирское движение и связанный с ним товарообмен резко уменьшатся, не оправдались.

Иными словами, 30%-ное уменьшение пассажирского движения, зафиксированное в 1998 г., носило кратковременный характер и в 1999 г. пассажирское пограничное движение активизировалось, а в некоторых случаях даже возросло (см. табл. 6.1.).

Одним из условий сохранения эффективного пограничного движения после повторного введения обязательных виз на восточной границе является соответствующая организационная и техническая подготовка как

пограничных служб, так и польских консульских представительств в разных странах (по вопросам увеличения количества выдаваемых виз и сокращения времени их ожидания).

Необходимым является также увеличение штата сотрудников в дипломатических представительствах и консульских отделах для обслуживания визового движения, создание новых консульских представительств, в частности в Украине (*Киев, Львов и Харьков*), оснащение дипломатических представительств современным техническим оборудованием, которое даст возможность эффективно работать и оперативно выдавать большое количество виз.

Следует подчеркнуть, что введение обязательных виз и изменение правил пограничного контроля окажут положительное влияние на экономику страны.

Так, проводимое с 1997 г. уплотнение восточной границы уже позволило сократить безработицу в пограничных районах. На ближайшие годы запланировано увеличение количества местных отделов Пограничной стражи, Полиции и таможенных служб.

Кроме того, Европейское Сообщество намерено поддержать развитие инфраструктуры воеводств восточной полосы (дороги, очистные сооружения, пограничные пункты).

Цель разработанной программы помощи ЕС - активизация восточного региона Польши, рост численности занятых и облегчение товарообмена и пассажирского движения через восточную границу. Финансирование вышеуказанных работ из фондов PHARE обещает хорошие перспективы, связанные с присоединением к ЕС до конца 2002 г.

После вступления Польши в ЕС восточные воеводства получат возможность пользоваться его структурными фондами, что, положительно скажется на развитии регионов по обеим сторонам границы (по аналогии с польско-немецкой границей). Поэтому, несмотря на введение виз и

уплотнение границы, весьма обоснованными. представляются ожидания соседних стран на получение ряда выгод в сфере экономики.

Выводы

Целью предполагаемого введения обязательных виз для граждан тех стран, которые граничат на востоке с Польшей, является не ограничение пассажирского движения, а выполнение обязательств, возложенных на Польшу в связи с ее стремлением стать членом Европейского Сообщества.

В то же время планируется ряд практических действий по созданию условий для облегчения процедуры получения визы и контроля пассажирского движения. Таким образом, введение виз следует рассматривать не как форму приостановки пассажирского и товарного обмена, а лишь как изменение режима пересечения границы, связанное с выполнением определенных формальных условий.

Право ходатайствовать о визе будет предоставлено каждому желающему, а возможный отказ в ее получении должен соответственно обосновываться.

Необходимо подчеркнуть один очень важный момент. Хотя получение визы в Польшу будет связано (для ходатайствующего лица) с некоторыми затратами, такая виза даст право свободного перемещения по всей территории Европейского Сообщества (без соответствующих ходатайств о визе в каждую отдельную страну - член ЕС). Варшава, 30 декабря 1999 года.

Таблица 6.1. Перемещение граждан по польско-украинской границе в 1997-1999 гг.

Контингент	1997	1998	1999 (янв.- нояб.)
Польские граждане	578540	724498	609252
Иностранные граждане	15235609	8932847	8536343
Всего*	15814149	9648345	9145595

*Учитывается движение по паспортам и упрощенное пограничное движение (выезд и въезд)

6.3. Система государственного управления внешнеэкономическими связями в США

Внешеэкономические связи - важная и постоянно растущая область экономики США, в систему управления которой вовлечены все три ветви власти. Яркой особенностью американской внешнеэкономической политики является ее двойкость: когда дело касается экспансии американского бизнеса на внешних рынках, государственная машина отстаивает принцип свободной торговли, а когда в самих США появляется иностранный конкурент, то всюю используется принцип защиты внутреннего рынка.

Конгресс вырабатывает стратегию внешнеэкономических связей страны, прежде всего путем принятия соответствующих законов. Конгресс формирует исполнительную структуру управления внешнеэкономическими связями. В рамках офиса президента действует аппарат торгового представителя США, который ведет все торговые переговоры и формирует внешнеторговую политику страны.

Госдепартамент обеспечивает продвижение интересов американских компаний на внешних рынках путем создания благоприятного политического климата, участвует в выработке внешнеэкономической политики по вопросам природных ресурсов, продовольствия, энергетики, текстиля, транспорта, международных финансов, защиты прав интеллектуальной собственности.

Министерство сельского хозяйства занимается расширением зарубежных рынков сбыта сельхозпродукции и для этого имеет в своем составе Товарно-кредитную корпорацию и содержит широкую сеть зарубежных представительств.

Министерство обороны ведает вопросами торговли продуктами военно-промышленного комплекса.

Министерство труда с целью защиты интересов американских рабочих в многосторонних переговорах и выработке иммиграционной политики.

Министерство финансов проводит внешнеэкономическую политику США по вопросам финансов, налогов, инвестиций, контролирует импорт алкоголя, табака и стрелкового оружия, руководит Таможенной службой.

Министерство торговли содействует развитию внешней торговли США. Под эгидой минторга действует президентский совет по развитию экспорта; планируется создание межведомственных органов по каждой потенциально емкой для американского экспорта стране. В 1987 г. в министерстве было создано бюро экспортного регулирования, которое ведает выдачей лицензий.

К специализированным внешнеторговым организациям, имеющим статус независимых правительственных агентств, относятся:

- ◆ Экспортно-импортный банк;
- ◆ Корпорация зарубежных частных инвестиций (ОПИК);
- ◆ Агентство международного развития;
- ◆ Агентство по торговле и развитию.

Все они довольно активны и известны на украинском рынке. Интересен пример ОПИК: образовавшись в 1971 г. на бюджетные средства, она стала получать доходы от своей деятельности по страхованию, гарантированию и кредитованию инвестиций, в результате со временем рассчиталась с казной и сейчас имеет собственные резервы, превышающие 2 млрд. долл.

В американской системе управления внешнеэкономическими связями заметное место принадлежит органам судебной власти: Суду по международной торговле, налоговому суду, Апелляционному суду по таможенным и патентным делам и Таможенному суду.

Ряд законов США носит экстерриториальный характер, поэтому создание зарубежных филиалов не выводит американские компании из-под юрисдикции отечественных судов.

6.4. Особенности регулирования внешнеэкономической деятельности в странах ЕС

В странах Сообщества внешнеэкономическая деятельность предприятий не выделена в отдельную сферу деятельности. Это обусловлено, прежде всего, происходящими в Европе процессами экономической интеграции, а также тем фактом, что все страны ЕС находятся приблизительно на одном уровне экономического, политического и культурного развития.

Поэтому в большинстве европейских стран не существует специальных систем нормативных актов, призванных регулировать внешние экономические связи субъектов национального бизнеса. Регулирование внешнеэкономической деятельности осуществляется на основе национального хозяйственного и административного права и международных межправительственных соглашений.

Деятельность иностранных фирм регламентируется национальным законодательством, применяемым и к отечественным предприятиям, однако отдельные правовые нормы, являясь обязательными как для иностранных, так и для национальных компаний, все же в большей мере предназначены для зарубежных субъектов хозяйственной деятельности.

Так, во Франции любая компания, как национальная, так и компания, чья штаб-квартира не находится на территории ЕС, должна демонстрировать адекватный предел кредитоспособности в отношении к своей суммарной деятельности на французской территории. И, если кредитоспособность французских компаний поддерживается на требуемом уровне благодаря многоуровневой, законодательно оформленной системе участия страховых и

финансово-кредитных учреждений, то иностранные фирмы лишены такой поддержки.

В Германии, например, при кредитовании предпринимательской деятельности, в частности, при инвестиционном кредитовании (срок - как правило, от 6 до 15 лет), все хозяйствующие субъекты находятся в равном перед немецким законом положении. Однако и здесь присутствует ряд нюансов.

В качестве инвестиционных кредитов в ФРГ используются три вида кредитов: без обеспечения, под поручительство и ипотечные кредиты.

Кредит без обеспечения выдается только фирмам с надежной репутацией (крупным национальным или транснациональным компаниям). Можно сказать, что в получении кредита без обеспечения фирмы оговоренной категории имеют одинаковые возможности.

Кредит под поручительство могут получить крупные и средние предприятия с хорошей репутацией. При разновидностях данного вида кредитования необходимо присутствие одного и более поручителей (гарантов), причем поручителем может быть авторитетная немецкая компания и реже - зарубежная компания (список зарубежных компаний, как правило, ограничен), поэтому инвестиционный кредит под поручительство доступен не всем зарубежным субъектам предпринимательства.

Ипотечный кредит является единственно возможным для использования на инвестиционные цели для фирм, не имеющих известности на немецком рынке, но не всякая собственность может объектом ипотеки.

Более возможным будет предоставление ипотечного кредита собственникам недвижимости и земельных участков, находящихся на территории Германии, стран ЕС, США.

Собственность, находящаяся на территории стран с нестабильной политической ситуацией, либо на территории стран с низким уровнем развития экономики (если только речь не идет о перспективных

месторождениях или географически выгодных территориях), не является привлекательной для кредитных учреждений.

Контрольные вопросы:

1. Инструменты поддержки экспорта в Польше: страхование.
2. Система государственного управления внешнеэкономическими связями в США.
3. Особенности регулирования внешнеэкономической деятельности в странах ЕС.

ГЛАВА 7. АКТУАЛЬНОСТЬ ПОНЯТИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ТАЙНЫ

7.1. Коммерческая тайна во внешнеэкономической деятельности

Переход предприятий к работе в рыночных условиях объективно обуславливает совершенно иной подход к традиционно сложившимся методам хозяйствования. Идет процесс переоценки ценностей.

Меняется отношение ко многим укоренившимся в нашей психологии принципам. На смену широко использовавшемуся методу всемирной популяризации и пропаганды передового опыта быстро и резко пришел противоположный метод – всяческое сохранение любых сведений о деятельности предприятий.

Это подготовило почву для возникновения коммерческой тайны, которая вначале появилась стихийно, а затем ее понятие нашло отражение в законодательстве.

Содержащиеся в работе положения основаны на результатах анализа материалов о законодательстве и практике защиты коммерческой тайны в промышленно развитых странах (США, Германии, Великобритании, Франции, Японии, Швеции, Финляндии, Швейцарии, и др.) и изучения

7.2. Понятие коммерческой тайны.

История существования человеческого общества не может установить точное время появления коммерческой тайны. Лишь одно бесспорно: еще в древности мастера своего дела и торговые люди надежно хранили секреты своей профессиональной деятельности.

Со временем, с развитием и совершенствованием всего комплекса производственных отношений стремление людей сохранить эти секреты трансформировалось в объективно обусловленную необходимость.

Как отмечал еще в дореволюционное время русский юрист В. Розенберг, сохранение коммерческой тайны представляет собой одно из

средств защиты от недобросовестной конкуренции. У нас достаточно интеллектуального и производственного потенциала, который следует защищать в качестве коммерческой тайны. В любом обществе в зависимости от характера конфиденциальных сведений могут быть различные виды тайн. К ним относятся следующие.

Государственная тайна представляет собой сведения особой важности и совершенно секретные. Они определяются специальным Перечнем главнейших сведений и ведомственными перечнями сведений, подлежащих засекречиванию.

Помимо таких секретов существуют различные несекретные сведения ограниченного срока старения, сведения для служебного пользования, предусмотренные специальным Перечнем сведения, запрещенных к опубликованию в открытой печати, передачах по радио, телевидению, утверждаемым правительством и ведомственными перечнями сведений, не подлежащими аналогичному опубликованию.

В нашей стране, как и за рубежом, охраняются также тайна усыновления, тайна голосования, тайна переписки, тайна вкладов, врачебная тайна и другие, защита которых направлена на обеспечение закрепленных в Конституции прав и свобод граждан.

Состав и объем сведений, составляющих коммерческую тайну, порядок их защиты, определяются руководством предприятия.

Виды деятельности предприятий, сведения о которых составляют коммерческую тайну, определяются Кабинетом Министров Украины в целях предотвращения сокрытия предприятием сведений о загрязнении окружающей среды и другой негативной деятельности, способно нанести ущерб обществу.

Ясно, что на различных предприятиях по-разному будут определены сведения, составляющие коммерческую тайну. Вместе с тем можно предположить критериальные положения, составляющие ее сущность. *К критериям, составляющим коммерческую тайну относятся следующие:*

любая деловая информация, имеющая действительную или потенциальную ценность для предприятия по коммерческим принципам, утечка которой может нанести ущерб предприятию;

информация, которая является общеизвестной или общедоступной на законных основаниях;

информация соответствующим образом обозначенная и предприятием осуществляются надлежащие меры по сохранению ее конфиденциальности;

информация, которая не является государственным сектором и не защищается авторским и патентным правом;

информация, которая не касается негативной деятельности предприятия, способной нанести ущерб обществу (нарушений законов, административных ошибок, загрязнений окружающей среды и т.д.).

В литературе и на практике могут встретиться и другие термины, например, производственная тайна, деловая конфиденциальная информация, промышленная тайна, торговый секрет или секрет фирмы, “ноу -хау” и др. Обозначают они не что иное как секреты предприятия в смысле рассмотренного нами определения коммерческой тайны.

Такое разнообразие употребляемой терминологии отчасти объясняется отсутствием, как правило, в законодательстве развитых стран единых законов, посвященных исключительно вопросам защиты коммерческой тайны. Так, в Великобритании данные вопросы регулируются в рамках более общей категории конфиденциальности нормами договорного права, деликатного права, судебными прецедентами и отдельными нормативными актами.

В Германии обязанность не разглашать тайну лицом, которому она стала известна в силу его служебного положения или работы, предусматривается во многих законодательных актах.

При этом, такая обязанность устанавливается законом для определенных категорий работников как государственных учреждений, так и

для должностных лиц и служащих, рабочих фирм и корпораций. Особо выделяется регулирование этой проблемы для фирм и предприятий.

Во Франции защита интересов предпринимателей в области коммерческих секретов обеспечивается применением общих положений уголовного, трудового и гражданского законодательства, регулирующих соответственно вопросы сохранения профессиональных секретов, увольнения

Приведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что с правовой точки зрения коммерческая тайна представляет собой средство защиты против недобросовестной конкуренции в рамках реализации права на интеллектуальную собственность.

Это общепризнанное в мире положение вытекает также из содержания п.8 ст. 2 Конвенции 1967 г., утверждающей Всемирную организацию интеллектуальной собственности.

На современном этапе экономического развития, когда предприятия выходят на внешний рынок, особенное значение имеют исследования в области защиты коммерческой тайны во внешнеэкономической, хозяйственной деятельности, а также методы предупреждения правонарушений в этой сфере.

Используя мировую практику, предлагается ряд направлений, по которым следовало бы идти для достижения этой цели. К ним относятся:

разработка нормативной документации и мероприятий по защите коммерческой тайны предприятия во внешнеэкономической деятельности.

установление каналов ее утечки.

7.3. Защита права собственности на информацию с ограниченным доступом в предпринимательской деятельности.

Сегодня практически каждому предпринимателю ясно, что коммерческая тайна является обязательным элементом обеспечения экономической безопасности предприятия.

Согласно ст. 30 Закона Украины “Об информации” информация с ограниченным доступом по своему правовому режиму подразделяется на конфиденциальную и секретная.¹³

Конфиденциальная информация – это сведения, которые находятся во владении, пользовании или распоряжении отдельных юридических или физических лиц и распространяются по их желанию в соответствии с предусмотренными условиями.

К конфиденциальной Закон позволяет относить информацию профессионального, делового, производственного, коммерческого и иного характера, которая не нарушает предусмотренной законом тайны.

Секретной является информация, содержащая сведения, составляющие государственную и иную предусмотренную законом тайну, разглашение которой причиняет вред личности, обществу и государству.

К иной, кроме государственной, тайне следует относить, по нашему мнению, служебную, врачебную тайну, тайну усыновления, коммерческую и другие виды тайн, которые прямо выделяются в законодательстве Украины и охраняются уголовно – правовыми и некоторыми другими нормами права.

Условия конкурентной борьбы вынуждают предпринимателей обеспечивать защиту определенных сведений, прежде всего составляющих коммерческую тайну. Для того, чтобы такая защита была максимально эффективной, необходимо правильно определить содержание коммерческой тайны предприятия и внедрить действенный механизм ее защиты.

На основании анализа Законов Украины “Об информации”, “О государственной тайне”, “О предприятиях в Украине” и некоторых иных актов действующего законодательства можно определить, что к *коммерческой тайне относятся сведения:*

связанные с производством, технологической информацией, управлением, финансами и другой деятельностью предприятия. К другой деятельности можно отнести, например, деятельность, связанную с

партнерскими отношениями, научно – техническую деятельность, деятельность по обеспечению внутренней и внешней безопасности и т.д.;

являющиеся объектом права собственности граждан – предпринимателей или предприятий (при этом основаниями возникновения права собственности было создание информации своими силами за свой счет, либо выполнение договора на создание информации, либо выполнение любого договора, содержащего условия перехода права собственности к другому лицу);

разглашение (утечка, передача) которых может причинить ущерб как интересам предприятия при их выходе на внешний рынок, так и интересам государства.. При этом ущерб может быть как имущественным, так и не имущественным;

не являющиеся государственной тайной. При осуществлении хозяйственной деятельности предприятия могут встретиться с такими сведениями, составляющими государственную тайну, как, скажем, информация по вопросам внешней торговли , разглашение которой раскрывает стратегию и тактику внешней торговли Украины, о средствах защиты от подделки денежных знаков, денежной бумаги, металлических монет, ценных бумаг (кроме общепринятых), о содержании научно – исследовательских и научно – конструкторских работ, направленных на усовершенствование средств оперативно – розыскной деятельности, наиболее значительных средств специальной техники, о мобилизации возможностей предприятия по производству вооружения и военной техники и др.

не входящие в Перечень сведений, не составляющих коммерческой тайны, утвержденный постановлением Кабинета Министров Украины № 611 от 9 августа 1994 г. В указанный Перечень включены, в частности, учредительные документы и документы, позволяющие заниматься предпринимательской деятельностью и ее отдельными видами, данные,

необходимые для проверки исчисления и уплаты налогов и других обязательных платежей и т.д.;

не являющиеся открытой информацией, т.е. такой, общедоступность которой в соответствии с законодательством Украины не может быть ограничена (например, информация, укрывательство которой представляет угрозу жизни или здоровью людей, информация о неправомерных действиях государственных органов и должностных лиц, о жизненном уровне населения или группы населения, состоянии правопорядка, образования и культуры и др.);

не являющиеся открытой информацией, составляющей иные виды тайны (военную, служебную, врачебную, тайну усыновления, переписки, телефонных переговоров, телеграфных и других сообщений, передающихся средствами связи личной жизни, голосования, банковскую тайну);

состав и объем которых определены руководителем предприятия.

Отсутствие хотя бы одного из перечисленных признаков позволяет утверждать, что информация не может быть отнесена к коммерческой тайне.

В соответствии со статьями 30, 38 Закона “Об информации” собственника информации в отношении объектов своей собственности вправе осуществлять любые законные действия: назначать лицо, отвечающее за владение, использование и распоряжение информацией, определить правила обработки информации и доступа к ней, устанавливать для нее систему (способы) защиты и тп.

Определив с учетом вышеизложенного состав и объем сведений, составляющих коммерческую тайну, руководитель предприятия должен установить и режим доступа к ним, которые включают порядок получения, использования, распространения и хранения указанных сведений

7.4. Разработка нормативной документации и мероприятий по защите коммерческой тайны предприятия во внешнеэкономической деятельности.

Приступая к разработке такой нормативной документации, необходимо прежде всего определить круг сведений, составляющих коммерческую тайну. Неправильное или несвоевременное выделение предмета защиты снижает или сводит на нет эффективность системы мер по ее охране.

Разумеется, нельзя предложить для всех предприятий одинаковые формулировки сведений, составляющих коммерческую тайну, в виде универсального перечня. Вместе с тем можно высказать определенные рекомендации методического характера.

Целесообразно весь процесс определения таких сведений условно разделить на несколько этапов.

Первый этап. Составление списка сведений, подлежащих рассмотрению.

Анализ зарубежного законодательства, а также работ иностранных и отечественных авторов по проблеме защиты коммерческой тайны позволяет выделить некоторые устойчивые структурные элементы совокупности охраняемых различными предприятиями сведений, которые в том или ином сочетании могут быть использованы в качестве структуры Перечня сведений, составляющих коммерческую тайну конкретного предприятия. (Далее кратко - «Перечень»).

Эти структурные элементы условного Перечня касаются определенных сторон деятельности предприятия и включают в себя категории сведений о:

- производстве;
- управлении;
- планах;

совещаниях;
финансах;
состоянии рынка (внутреннего и внешнего);
партнерах;
переговорах;
контрактах;
ценах;
“ноу-хау”;
собственной безопасности предприятия.

Оптимальная структура Перечня зависит от индивидуальных особенностей предприятия и со временем ее определение не будет представлять каких-либо трудностей. Но на первых порах, видимо, следует принять окончательное решение после всестороннего рассмотрения всех перечисленных ее элементов.

Полезным при этом может оказаться учет факторов секретности, в числе которых мы хотели бы рекомендовать следующие:

принятие предприятием новой стратегии развития;
заключение контрактов с деловыми партнерами предприятия;
заключение контракта с деловыми партнерами на внешнем рынке;
появление новых достижений науки и техники в областях, к которым имеет отношение деятельность предприятия;
проявление интереса конкурентов к данной информации;
установление факта утечки информации или осведомленности в ней конкурентов;
изменение условий защиты сведений.

Для конкретного наполнения структуры Перечня формулировками и составления списка сведений, подлежащих рассмотрению, необходимо привлечь специалистов различного профиля из числа ведущих работников предприятия.

Последующие этапы процесса определения сведений, составляющих коммерческую тайну предприятия, представляют собой проверку составленного списка сведений по упоминавшимся нами ранее пяти критериям, выражающим сущность коммерческой тайны.

Второй этап. Оценка возможного ущерба предприятию при разглашении (утечке) рассматриваемых сведений.

На данном этапе требуется сформулировать и оценить возможные отрицательные последствия для предприятия в случае открытого использования тех или иных сведений, включенных в список для рассмотрения. Примерный перечень таких отрицательных последствий составляют:

- разрыв деловых отношений с одним или несколькими деловыми партнерами предприятия (как внутри страны, так и зарубежом);

- срыв переговоров и выгодного предприятию контракта;

- снижение уровня сотрудничества предприятия с деловыми партнерами по производственным, научно - техническим, коммерческим и другим вопросам;

- срыв или невыполнение запланированной производственной программы или договорных обязательств;

- необходимость проведения дополнительных маркетинговых исследований и разработка новой рыночной стратегии;

- отказ от организационных, научно - технических или коммерческих решений, ставших неэффективными в результате утечки сведений, и необходимость разработки новых средств конкурентной борьбы;

- экономические санкции против предприятия;

- потеря приоритета в научных исследованиях и возможности патентования и продажи лицензий на научно - технические достижения;

- создание трудностей в приобретении оборудования или технологии, в том числе повышение цен на них, ограничение объема поставок;

другие виды возможного ущерба предприятию, в том числе выполнение функциональных задач, предусмотренных его Уставом.^{4,7}

При определении ущерба весьма важно бывает оценить его в стоимостном выражении: для чего можно воспользоваться имеющимся в соответствующих подразделениях предприятия; планово – экономических, производственных, внешних связей, и т.д.

Третий этап. Проверка того, что рассматриваемые сведения не являются общеизвестными или общедоступными на законных основаниях.

Оценка сведений по данному критерию заключается в поиске и установлении возможных законных источников получения рассматриваемой на предмет засекречивания информации.

В частности, не подлежат отнесению к категории коммерческой тайны сведений статистического характера, передаваемые в государственные органы или общественные организации без установления предприятием условий конфиденциальности их использования.

При подборке и систематизации сведений о деловых партнерах предприятия следует учитывать, что в последнее время в открытой продаже появляется все больший объем различной справочной литературы по данному вопросу.

Не являются коммерческой тайной также сведения научно – технического характера после их открытого опубликования.

Это обстоятельство нужно иметь в виду при организации защиты сведений о научно –техническом достижении, составляющем предмет изобретения. Здесь может быть рекомендован порядок, при котором до регистрации изобретения сохраняются в тайне все сведения о работе над ним, а после опубликования формулы и описания изобретения защищается лишь неопубликованная информация, составляющая предмет “ноу –хау”.

Четвертый этап. Проверка того, что предприятие сможет осуществить надлежащие меры по сохранению конфиденциальности рассматриваемых сведений.

Следует иметь в виду, что секретность даром не дается: засекречивание информации всегда связано с наступлением определенных отрицательных последствий для предприятия, в число которых входят, с одной стороны, затраты на обеспечение режимных мероприятий, а с другой – потери от ограничений в пользовании секретной информацией.

Поэтому в процессе определения сведений, составляющих коммерческую тайну предприятия, требуется оценить принципиальную возможность защиты рассматриваемых сведений и определить дополнительные материальные трудовые и финансовые затраты, необходимые для организации и осуществления мероприятий по обеспечению соответствующего режима безопасности в обращении с ними, включая ограничение круга лиц, допущенных к этим сведениям, особые условия хранения, размножения, передачи и т.д.

Необходимо помнить, что для обеспечения защиты рассматриваемых сведений могут потребоваться:

- организация службы безопасности и другие дополнения в штаты предприятия;

- проведение необходимых инженерно – технических работ;

- организация охраны материалов, содержащих коммерческую тайну;

- осуществление других мероприятий в зависимости от объема работы по обеспечению требуемого режима безопасности.

При оценке затрат необходимо установить:

- категории и численность лиц, которые в силу служебной необходимости должны иметь доступ к данным сведениям;

- особенности и количество разрабатываемых документов и изделий, содержащих (раскрывающих) данные сведения;

- затраты на содержание штата службы безопасности, оборудования, технического оснащения, материалов, и т.д.;

- затраты на программные средства защиты СВТ;

затраты, связанные с выделением контрольно – пропускных постов, оборудованием систем охраны и сигнализации, обеспечением безопасности связи;

затраты на подготовку и переподготовку кадров;

отчисления соисполнителям, на обеспечение режима безопасности проводимых ими работ. *Секретность* – это средство предотвращения ущерба, но секретность – это всегда и ограничение на пользование информацией. Излишняя секретность мешает нормальному функционированию предприятия, затрудняет внедрение новых научных достижений и технических идей в народное хозяйство, в определенной степени ограничивает права и законные интересы граждан.

Сопоставление оценок отрицательных последствий засекречивания рассматриваемых сведений с ущербом при их открытом использовании, анализ возможностей предприятия по обеспечению надлежащих защитных мер позволит определить экономическую и иную целесообразность отнесения этих сведений к коммерческой тайне.

Пятый этап. Проверка того, что рассматриваемые сведения не являются государственными секретами и не защищены авторским и патентным правом.

По сути дела, на данном этапе следует установить наличие или отсутствие какой – либо формы защиты рассматриваемых сведений от неправомерного использования.

В случае, если сведения относятся к государственным секретам, они являются собственностью государства и защищаются им с помощью общегосударственной системы мер по защите государственных секторов. Основанием отнесения сведений к государственным секретам является их наличие в Перечне главнейших сведений, составляющих государственную тайну, утверждаемом правительством, либо ведомственном перечне сведений, подлежащем засекречиванию, либо в задании (плане на

проведение научно – исследовательских, опытно – конструкторских, изыскательских работ)

В случае, если сведения не являются государственными секретами, но защищены авторским или патентным правом, на них выдаются соответствующие публикации в открытой печати.

В обоих случаях сведения не нуждаются в дополнительной защите и не могут быть по Закону отнесены к коммерческой тайне.

Шестой этап. Проверка того, что рассматриваемые сведения не касаются негативной деятельности предприятия, способной нанести ущерб обществу.

Как уже упоминалось, определение видов негативной деятельности предприятия относится к компетенции правительства. Опираясь на мировую практику, можно уже сейчас предложить примерный перечень видов такой деятельности и их последствий, сокрытие сведений о которых противоречит общественным интересам. В него входят:

- загрязнение окружающей среды;
- нарушение законов Украины или страны, на рынке которой работает предприятие – субъект ВЭД;
- неэффективная работа;
- административные ошибки;
- опасения подрыва репутации предприятия и его сотрудников, а при выходе предприятия на рынки других стран – подрыв авторитета государства;
- злоупотребление властью;
- бездеятельность, некомпетентность и недобросовестность должностных лиц;
- уклонение от выполнения договорных обязательств;
- уклонение от налогообложения;
- недобросовестная конкуренция;

- осуществление запрещенной и незакрепленной в Уставе предприятия деятельности;
- возникновение опасности для жизни и здоровья людей.

Седьмой этап. Подведение итогов.

На данном этапе по результатам сопоставления оценок по пяти предложенным критериям принимается решение о включении рассматриваемых сведений в Перечень сведений, составляющих коммерческую тайну предприятия.

Для включения в Перечень рассматриваемые сведения должны удовлетворять всем пяти критериям оценки:

их открытое использование связано с ущербом для предприятия;

они не являются общеизвестными и общедоступными на законных основаниях;

предприятие сможет осуществлять надлежащие меры по сохранению их конфиденциальности по соображениям экономической и иной выгоды;

эти сведения нуждаются в защите, так как они не являются государственными секретами и не защищены авторским и патентным правом;

сокрытие этих сведений не наносит ущерба обществу.

В Перечне необходимо указать также контрольный срок пересмотра или обстоятельства, при наступлении которых встает вопрос о рассекречивании сведений.

Для придания Перечню юридической силы он утверждается руководителем предприятия и доводится до сведения работников, в части, их касающейся.

7.5. Каналы утечки сведений, составляющих коммерческую тайну предприятия.

После определения сведений, составляющих коммерческую тайну предприятия, предстоит разработать и осуществить мероприятия по обеспечению их сохранности.

Сущность защитных мероприятий сводится к перекрытию возможных каналов утечки защищаемой информации, которые появляются в силу объективно складывающихся условий ее распространения и возникающей у конкурентов заинтересованности в ее получении.

Следует исходить из того, что научные, научно – производственные и учебные центры нашей страны, в которых ведутся фундаментальные и прикладные научно – исследовательские и опытно – конструкторские работы, уже в течение продолжительного времени являются объектами постоянного интереса иностранных частных фирм и организаций.

При этом особое значение придается НИОКР, результаты которых открывают новые направления в развитии науки и техники и могут быть использованы в создании принципиально новых изделий и технологических процессов в различных отраслях промышленности.

Следует также ожидать, что по мере развития рыночных отношений и расширения внешнеэкономических связей предприятий у иностранных партнеров и конкурентов появляется устремление к сведениям о планах предприятий, их финансовом положении, методах управления, рыночной стратегии и других упоминающихся нами структурных элементах коммерческой тайны.

Для построения системы защиты коммерческой тайны предприятия во внешнеэкономической деятельности и предупреждения правонарушений в этой сфере, очень важно определить открытые источники и соответствующие им возможные официальные каналы утечки защищаемой информации. На каждом конкретном предприятии перечень таких каналов носит индивидуальный характер, что определяется спецификой его

производственной, научно – технической, коммерческой и иной деятельности и степенью развития связей с деловыми партнерами внутри государства и за рубежом.

7.6. Организация защиты коммерческой тайны на предприятии.

Для обеспечения защиты коммерческой тайны на предприятиях должен вводиться определенный порядок работы с информацией и доступа к ней, включающий в себя комплекс правовых, административных, организационных, инженерно-технических, финансовых, социальных и иных мер, основывающихся на правовых нормах Украины и организационно-распорядительных положениях руководителя предприятия.

Эффективная защита предпринимательской тайны возможна при обязательном выполнении ряда условий:

единство в решении производственных, коммерческих, финансовых вопросов;

персональная ответственность руководителей всех уровней за обеспечение сохранности конфиденциальной информации;

организация специального делопроизводства, порядка хранения, перевозки носителей коммерческой тайны;

оптимальное ограничение числа лиц, имеющих доступ к информации, составляющей коммерческую тайну;

выполнение требований о обеспечении сохранения коммерческой тайны при проектировании и размещении специальных помещений, в процессе НИОКР, испытаний и производства изделий, подписания контрактов; при проведении важных совещаний;

наличие охраны и пропускного режима на территорию предприятия;

плановость разработки и осуществления мер по защите коммерческой тайны, систематический контроль за эффективностью принимаемых мер;

создание системы обучения исполнителей правилам обеспечения сохранности коммерческой тайны.

Для снижения возможных потерь, связанных с утечкой конфиденциальной информации, в первую очередь предпринимателю следует выявить, учесть и перекрыть все вероятные *каналы утечки информации* через:

- государственные учреждения;
- посредников и партнёров;
- адвокатские и консульские фирмы;
- промышленный шпионаж;
- подкуп, шантаж сотрудников предпринимательской фирмы;
- рекламу, печатную продукцию, прессу.

Информация не существует сама по себе, а жестко связана с ее носителями: бумажными документами, видеопленкой, компьютерным файлом, телефонным, телеграфным, факсимильным сообщением и т.п. Соответственно для защиты коммерческой тайны необходимо правильно организовать:

- порядок делопроизводства с документами, содержащими предпринимательскую тайну;
- контроль за средствами копирования и размножения документов;
- защиту коммерческой информации в средствах связи и компьютерной техники;
- учет и охрану некоторых видов материалов и готовых изделий (в первую очередь это касается опытных образцов);
- охрану территории предприятия и его основных зданий и сооружений;
- контроль за посещениями данного предприятия посторонними лицами.

Главная опасность утечки информации – в людях. Так, вероятность утечки сведений, составляющих коммерческую тайну, при проведении таких действий, как подкуп, шантаж, переманивание служащих фирмы, составляет

43% ,получение сведений путем их выведывания у сотрудников фирмы – 18%, кражи документации – 10%, подслушивания телефонных переговоров – 5%. Персонал предприятия является, с одной стороны, важнейшим ресурсом предпринимательской деятельности, выступающим в качестве создателя материальных и интеллектуальных ценностей, а с другой – конкретные сотрудники в силу различных обстоятельств могут стать источником крупных потерь и даже банкротства предприятия.

В качества возможного выхода из такого положения можно рекомендовать два варианта:

держат в особом секрете от кого бы то ни было небольшие, но стратегические подробности технологии дела и осуществлять их только самим руководителем;

стимулировать способных сотрудников, регулярно выделять им денежные вознаграждения, в некоторых случаях наиболее способным и активным предлагать стать компаньоном, совладельцем фирмы.

Кроме этого, при заключении трудового договора между руководителем предпринимательской фирмы и сотрудником в нем необходимо отражать обязательства последнего по неразглашению коммерческой тайны. Наличие подобного документа дает юридическую возможность для предпринимателя применить различные санкции к работникам, виновным в утечке конфиденциальной информации.

Важнейшим направлением защиты коммерческой тайны предприятия является стабильность кадрового состава. Если состав квалифицированных специалистов меняется из-за высокой текучести, разработки фирмы будут становиться бесплатным достоянием конкурентов.

В общем плане система защиты коммерческой тайны должна состоять из следующих этапов:

1.Определение тайну, в котором выделяется наиболее ценная информация, нуждающаяся в особой охране.

2. Установление периодов, в течении которых конкретные сведения являются коммерческой тайной предмета защиты, то есть разработка перечня сведений, составляющих коммерческую.

3. Выделение категории носителей конфиденциальной информации: персонал, документы, изделия и материалы; и технических средств хранения, обработки и передачи информации и т.п.

4. Составление схемы работ с конфиденциальными сведениями как на предприятии, так и за его пределами.

5. Разработка систем доступа к конкретным сведениям, составляющим коммерческую тайну.

6. Распределение ответственности за защиту конфиденциальной информации между сотрудниками.

7. Разработка конкретных мер по защите коммерческой тайны и назначение ответственных исполнителей.

8. Планирование действий по активизации и стимулированию лиц, задействованных в защите информации.

9. Определение предмета защиты, то есть разработка перечня сведений, составляющих коммерческую тайну, в котором выделяется наиболее ценная информация, нуждающаяся в особой охране.

10. Установление периодов, в течении которых конкретные сведения являются коммерческой тайной.

11. Выделение категории носителей конфиденциальной информации: персонал, документы, изделия и материалы; и технических средств хранения, обработки и передачи информации и т.п.

12. Составление схемы работ с конфиденциальными сведениями как на предприятии, так и за его пределами.

13. Разработка систем доступа к конкретным сведениям, составляющим коммерческую тайну.

14. Распределение ответственности за защиту конфиденциальной информации между сотрудниками.

15.Разработка конкретных мер по защите коммерческой тайны и назначение ответственных исполнителей.

16.Планирование действий по активизации и стимулированию лиц, задействованных в защите информации.

17.Проверка надежности принятых мер обеспечения коммерческой тайны.

7.7. Мероприятия по защите коммерческой тайны предприятия.

Создание надежного механизма защиты коммерческой тайны требует проведения хорошо продуманных мероприятий. план их осуществления должен преследовать *три цели*:

Предотвращать кражу;

Дать всем понять, что для вас коммерческая тайна очень важна и что вы приложите все усилия для защиты последней и наказании лиц, разглашающих или пытающихся разгласить ее;

Добиться, чтобы эта программа как можно больше отвечала названным целям.

Уделив достаточно времени разработке программы, и определив источник финансирования ее проведения, решите вопрос о назначении кого—нибудь ответственным за ее постоянное выполнение и своевременный просмотр.

Этот работник будет оценивать эффективность программы улучшать ее время от времени.

Организация эффективной защиты коммерческой тайны предприятия во многом зависит от правильного установления круга носителей информации. Анализ в этой области позволяет выделить четыре вида носителей информации в зависимости от их функционального назначения, в частности:

документ;

человек;
изделие (предмет, материал);
процесс.

Известно, что всякая деятельность любого предприятия должна быть юридически оформлена. Это положение в полной мере относится и к организации защиты коммерческой тайны.

Поэтому одной из первоочередных задач, которые встают перед предприятием при организации защиты своей коммерческой тайны, является разработка соответствующих нормативных документов, регламентирующих деятельность всех звеньев предприятия в этом направлении.

Если обратиться к мировой практике по данному вопросу, то речь, по сути дела, идет либо о необходимости внесения соответствующих дополнений в уже имеющиеся на предприятии документы, такие как Устав, Коллективный договор и др., либо о подготовке самостоятельных инструкций и рекомендаций.

Необходимым и крайне важным подспорьем является специальная инструкция по обеспечению сохранности коммерческой тайны предприятия.

В ней следует детализовать порядок исполнения, предусмотреть четкую систему документооборота, изготовления изделий, регламентировать условия применения средств связи, использования средств вычислительной техники, приема представителей других предприятий и т.п. В такой инструкции возможно определить:

правила и процедуру присвоения и снятия грифа документам, работам и изделиям, содержащим коммерческую тайну предприятия.;

процедуру допуска предприятия к сведениям, составляющим коммерческую тайну предприятия;

обязанности и ограничения, налагаемые на исполнителей, допущенных к сведениям, составляющим коммерческую тайну предприятия;

правила обращения (делопроизводство, учет, хранение, размножение и т.д.) с документами и изделиями, содержащими коммерческую тайну предприятия;

правила приема представителей других предприятий;

принципы организации и проведения контроля за обеспечением сохранности сведений, составляющих коммерческую тайну предприятия;

ответственность за разглашение сведений, составляющих коммерческую тайну, и другие нарушения установленного порядка их защиты.

Очень важным нормативным началом в деле обеспечения названного режима является специальная памятка.

Она составляется для работников, которые допущены к сведениям, составляющим коммерческую тайну предприятия, и должна содержать основные положения по обеспечению сохранности этих сведений.

При небольших объемах работы с документами и изделиями, содержащими коммерческую тайну, и малом числе работников, допущенным к ней, она может заменять собой инструкцию предприятия по данному вопросу.

Прежде всего, в памятку следует включить обязанности работников по сохранению коммерческой тайны, за нарушение которых может последовать установленная ответственность.

Кроме того, необходимо указать, что работник обязан:

работать только с теми сведениями и документами, содержащими коммерческую тайну предприятия, к которым он получил доступ в силу своих служебных обязанностей;

знать какие конкретные сведения подлежат защите;

знать, кому из сотрудников предприятия разрешено работать со сведениями, составляющими коммерческую тайну предприятия, к которым он сам допущен и в каком объеме эти сведения могут быть доведены до этих сотрудников.

В памятке также устанавливается, что при участии в работе сторонних организаций работник может знакомить их представителей со сведениями, составляющими коммерческую тайну предприятия, только с письменного разрешения руководителя структурного подразделения. При этом руководитель должен определить конкретные вопросы, подлежащие рассмотрению, и указать, кому и в каком объеме может быть доведена информация, подлежащая защите.

На предприятии наряду с названными принимается целый ряд других документов. Составление документов представляет собой самую обязательную и самую легкую область контроля. В первую очередь следует определить порядок и стандарты идентификации документации, которую требуется защитить от раскрытия или неправильного использования. Необходимо решить вопрос об установлении различных степеней секретности. Видимо, надлежит определить и объявить всем сотрудникам какие конкретно типы документов должны быть закрыты.

Следует напечатать гриф “секретно” на регулярно используемых формах (чертежах, титульных листах и т.д.). Для других документов можно использовать штамп. При этом в надписи на документе целесообразно указать, что этот документ является вашей собственностью, и определить ограничения по его использованию. Можно предложить в качестве примера такие ограничения:

Этот документ содержит информацию, являющуюся собственностью предприятия. Получение и владение им не дает никаких прав на его размножение, раскрытие его содержания или на производство, использование или продажу того, что он описывает. Размножение, опубликование или использование без особого письменного разрешения данного предприятия строго запрещено.

Это конфиденциальный документ, распространение которого контролируется. Копирование производится только через _____ отдел (определите, какой отдел будет заниматься такой работой).

Секретный документ предприятия. Не копировать.

В разряд документов, содержащих информацию, влияющую на конъюнктурные колебания, могут входить документы внутреннего маркетинга, финансовые документы, чертежи и оттиски, технические данные и планы.

Существует объективная необходимость в организации специального делопроизводства с документальными носителями коммерческой тайны предприятия, устанавливающего порядок их подготовки, маркировки (т.е. присвоения соответствующего грифа), размножения, рассылки, приема и учета, группировки в дела, использования, хранения, уничтожения и проверки наличия, а также создания подразделения специального делопроизводства или назначения уполномоченного по данному вопросу.

Следует вести журнал учета входящих, исходящих и внутренних документов, содержащих коммерческую тайну предприятия, который будет полезен для проверки периодической инвентаризации таких документов, четкой регистрации их нахождения и уничтожения.

Простого установления процедуры контроля недостаточно.

Необходимо создать соответствующую систему, гарантирующую правильную циркуляцию документов.

Это включает различные инструкции по правилам хранения и использования документов с целью исключить доступ к содержащейся в них информации для всех, кому не нужно ее знать. Такое относится как правило к работающим, так и к неработающим на предприятии.

Для заключения договора с иностранной фирмой условия конфиденциальности должны быть выражены в форме, предусмотренной законодательством страны принадлежности фирмы. В некоторых случаях требуется присутствие в контракте сочетание определенного терминологического сочетания, например:

“Сведения о технологии, конструкции, характере производства передаются (доверяются) исключительно для целей сооружаемого объекта и не могут быть переданы какой - либо другой фирме”.

Поэтому теперь очень необходимо изучение национальных законодательств фирм – партнеров и конкурентов.

Следует иметь ввиду, что соглашение об условиях конфиденциальности может предшествовать заключению между предшествовать заключению между будущими партнерами коммерческих соглашений о передаче лицензий, ноу-хау, договоров о создании совместных предприятий и т.д.

Однако, являясь частью таких соглашений, условия конфиденциальности сохраняют свою автономность и могут действовать после прекращения основного договора.

Очень важным является решение вопросов, связанных с уничтожением документов и их рассекречиванием.

Следует разработать свою программу по ликвидации конфиденциальных документов. Она должна включать, прежде всего, обязанности администрации регулярно просматривать инвентарные списки контролируемой документации.

В том случае, если информация, содержащаяся в ней, перестает быть секретной, ее необходимо рассекречивать. При этом, следует избежать следующего: если будут засекречены все документы, и никогда не будут отменяться степени секретности, не будет разработана процедура рассекречивания, то сохранение секретности всей информации станет весьма проблематичным.

После отбора документов, которые могут быть рассекречены, необходимо найти безопасный метод ликвидации их или других ненужных копий.

Не следует выбрасывать их просто в мусор, а необходимо порвать или уничтожить иным способом.

Как бы не была надежна система защиты коммерческой тайны, периодически необходима ее проверка.

Контрольные вопросы:

1. Понятие коммерческой тайны;
2. Конфиденциальность и секретность информации;
3. Методы защиты коммерческой тайны предприятия;
4. Сведения, которые могут составлять коммерческую тайну и конфиденциальную информацию.